



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 4156-4166

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Pedagang Di Pasar Tradisional Sukaramai Kota Medan

Gadis Riani Iskandar Batubara^{1✉}, Fhadia Rafa Yaniedra², Emir Syachfajar Purba³, Rasyidin⁴,
Avika Diza⁵

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Indonesia

Email: gadisiskandar1@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada pedagang kaki lima yang lebih memilih untuk berjualan di luar pasar (bahu jalan) dan untuk menemukan strategi komunikasi yang cocok dalam meningkatkan ketertiban pedagang di pasar tradisional Sukaramai. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pedagang memilih berjualan diluar (bahu jalan) dikarenakan omset yang di dapatkan selama berjualan di dalam pasar lebih sedikit di bandingkan ketika berjualan di luar pasar, selain itu banyak pembeli yang lebih memilih berbelanja diluar dikarenakan pembeli merasa lebih praktis saat berbelanja. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode jenis studi kepustakaan yaitu serangkaian kegiatan penelitian yang menggunakan metode antara lain; pengumpulan data pustaka, membaca, menganalisis dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Pada bagian ini juga menggunakan teknik observasi dan wawancara langsung pada subyek yang akan diteliti serta mendokumentasikan subyek yang sedang diteliti. Strategi komunikasi yang seharusnya digunakan oleh Satpol PP / DPP adalah melakukan penertiban secara rutin tidak hanya dipagi hari saja, dikarenakan pedagang akan kembali berdagang setelah selesainya dilakukan penertiban, selain itu memberikan peringatan atau sanksi untuk pedagang yang tidak menaati perturan yang diberikan oleh Perda.

Kata Kunci: *Pedagang, Pasar Sukaramai, Strategi Komunikasi*

Abstract

The results of this research show that traders choose to sell outside (on the shoulder of the road) because the turnover they get when selling inside the market is less than when selling outside the market, apart from that, many buyers prefer to shop outside because buyers feel it is more practical when shopping. This research uses qualitative research with a library study type method, namely a series of research activities that use methods including; collecting library data, reading, analyzing and recording and processing research materials. This section also uses direct observation and interview techniques on the subjects to be researched as well as documenting the subjects being researched. This research aims to determine the problems that occur among street vendors who prefer to sell outside the market (on the shoulder of the road) and to find suitable communication strategies to improve orderliness of traders in the Sukaramai traditional market. The communication strategy that should be used by Satpol PP / DPP is to carry out routine control, not only in the morning, because traders will return to trading after the control is complete, in addition to providing warnings or sanctions for traders who do not comply with the regulations given by the Regional Regulation.

Keywords: *Traders, Sukaramai Market, Communication Strategy*

PENDAHULUAN

Masalah yang cukup sering dihadapi di Indonesia adalah masalah ketenagakerjaan. Banyaknya jumlah pencari kerja terus meningkat dari tahun ke tahun. Melihat dari banyaknya jumlah tenaga kerja yang ada, namun itu sangat berbanding terbalik dengan lapangan pekerjaan yang ada di Indonesia. Lapangan pekerjaan yang sulit ini disebabkan adanya krisis ekonomi yang melanda Indonesia, krisis yang terjadi itu membuat dampak yang sangat besar seperti semakin banyaknya kemiskinan, kriminalitas semakin menjadi-jadi, dan bahkan meningkatnya jumlah sektor informal.

Pesatnya perkembangan sektor informal saat ini sebagai penopang kehidupan ekonomi, dan tidak sedikit pula dari mereka yang berprofesi sebagai Pedagang kaki lima dan mengembangkan usahanya di daerah yang dianggap strategis atau dekat dengan pusat keramaian. Pedagang Kaki Lima (PKL) adalah mereka yang melakukan kegiatan usaha dagang perorangan atau kelompok yang dalam menjalankan usahanya menggunakan tempat-tempat fasilitas umum, seperti trotoar, pinggir-pinggir jalan umum, dan lain sebagainya (Alya Hanifah 2023).

Pedagang kaki lima (PKL) adalah pedagang yang menjual barang dagangannya di pinggir jalan atau tempat umum. Selain itu Pedagang Kaki Lima atau disingkat PKL biasa juga diartikan sebagai istilah untuk menyebut penjaja dagangan yang menggunakan gerobak. Istilah itu sering ditafsirkan karena jumlah kaki pedagangnya ada lima. Lima kaki tersebut adalah dua kaki pedagang ditambah tiga "kaki" gerobak (yang sebenarnya adalah

tiga roda atau dua roda dan satu kaki). Saat ini istilah PKL juga digunakan untuk pedagang di jalanan pada umumnya.

Secara etimologi atau bahasa, pedagang biasa diartikan sebagai jenis pekerjaan yang berkaitan dengan jua-beli. Pedagang adalah orang yang bekerja dengan cara membeli suatu barang yang kemudian barang tersebut dijual kembali dengan harga yang lebih tinggi sehingga mendapat keuntungan dari barang tersebut. Kaki Lima diartikan sebagai lokasi berdagang yang tidak permanen atau tetap. Dengan demikian, pedagang kaki lima dapat diartikan sebagai pedagang yang tidak memiliki lokasi usaha yang permanen atau tetap.

Pedagang yang menjalankan kegiatan usahanya dalam jangka tertentu dengan menggunakan sarana atau perlengkapan yang mudah dipindahkan, dibongkar pasang dan mempergunakan lahan fasilitas umum sebagai tempat usaha. Penggunaan ruang aktivitas PKL yang tidak sebagaimana mestinya, seperti di trotoar mengakibatkan terganggunya sirkulasi pejalan kaki, pemanfaatan badan jalan menimbulkan kemacetan lalu lintas, pemanfaatan di tepi sungai atau ruang di atas saluran drainase oleh PKL dapat mengakibatkan terganggunya aliran air. Untuk mengatasi hal tersebut, pemerintah sering melakukan penertiban dan penggusuran, namun para pedagang tetap kembali beraktivitas di lokasi yang semula.

Pasar tradisional adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas (Satwiko, Prasasto 1984). Maka dari itu, tidak jarang pasar tradisional selalu ada bahkan di tempat - tempat yang tidak seharusnya. Kota Medan memiliki banyak sekali pasar tradisional yang cukup ramai oleh pedagang dan para pembeli, seperti Pasar Simpang Limun, Pasar Sei Sikambing, Pasar Sukaramai, dan lain-lain. Pasar Tradisional sering membuat kemacetan yang lumayan parah dikarenakan para pedagang yang sering memakan bahu jalan ditambah lagi adanya kendaraan yang parkir atau berhenti dipinggiran jalan tersebut sehingga membuat kemacetan. Pedagang menjual dagangannya dengan tempat yang seadanya.

Umumnya pedagang menjual produk sembako (sembilan bahan pokok). Sembako adalah sembilan jenis kebutuhan pokok yang umum dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari yang terdiri atas beras, jagung, gula pasir, sayur-sayuran dan buah-buahan, daging sapi, ayam, dan ikan, minyak goreng dan margarin, susu, telur, minyak tanah, garam. Produk sembako yang dijual pun tidak jauh berbeda antar pedagang.

Seperti yang terjadi di Pasar Tradisional Sukaramai dimana kondisi Pasar Tradisional ini sangat padat. Hal ini disebabkan karena adanya para PKL yang tidak menempatkan lapak dagangannya di tempat yang sudah disediakan Pemerintah Kota Medan, padahal tempat

tersebut tepat di depan lapak mereka sendiri. Kurangnya lahan parkir di Pasar Tradisional Sukaramai juga menjadi salah satu faktor penyebabnya kemacetan di persimpangan Jalan A.R. Hakim dan Jalan Sutrisno, dikarenakan kendaraan seperti motor, mobil, dan becak selalu parkir di pinggir lapak PKL yang ada di bahu jalan, ditambah adanya angkot yang selalu berhenti untuk mencari penumpang atau menurunkan penumpang. Keadaan di pasar kaki lima tersebut kotor, bau, kumuh, letak/tempat berdagang yang tidak tertata, sempitnya lahan untuk setiap pedagang, serta keberadaan pedagang yang tepat di pinggir jalan raya sangat mengganggu kenyamanan pembeli. Pembeli harus berdesakan karena sempitnya jalur untuk pembeli lewati (Alya Hanifah 2023).

Menurut Windha Widya (2014) Untuk meningkatkan kesadaran pedagang kaki lima (PKL) dalam menjaga ketertiban dan kenyamanan Kota Samarinda, maka harus ditunjang juga dengan bagaimana Satpol PP dalam mengkomunikasikan para pedagang kaki lima agar dapat menjaga ketertiban dan kenyamanan di Kota Samarinda. Hal ini disebabkan secara obyektif terdapat kondisi atau situasi yang menggambarkan hambatan pada segi sumber daya dan komunikasi. Hal ini dapat dilihat sebagai berikut :

1. Kemampuan kerja aparatur dalam menerapkan kebijakan yang belum memadai, hal tersebut disebabkan oleh :
 - a. Kurangnya inisiatif dari para pelaksana untuk mengimplementasikan kebijakan karena harus menunggu perintah dari atasan untuk bertindak.
 - b. Kurangnya pemahaman tentang isi kebijakan yang menyebabkan dibutuhkan peraturan/ petunjuk pelaksana.
2. Selain faktor kemampuan kerja, juga ada beberapa kesulitan dalam pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima di Kota Samarinda yaitu faktor komunikasi yang disebabkan oleh :
 - a. Koordinasi yang belum efektif sehingga jarang pertemuan diantara pelaksana.
 - b. Tingkat pendidikan yang masih rendah sehingga terjadi kesalahan persepsi dalam penyampaian informasi.



Gambar 1. Penampakan Pedagang Yang Berdagang Menggunakan Badan Jalan

Seperti contoh gambar diatas yang menunjukkan banyaknya pedagang di Pasar Sukaramai yang menggunakan badan jalan sebagai tempat berjualan. Hal itu lah yang membuat terjadi kemacetan lalu lintas mulai dari pagi sampai sore hari. Terlebih Pasar Sukaramai berada di dekat perempatan jalan yang mana volume kendaraan yang melewati jalan itu sangat banyak.

Disisi lain pentingnya strategi komunikasi juga merupakan kebutuhan dasar manusia dalam menjalani kehidupannya. Komunikasi sebagai suatu proses sosial yang bersifat mendasar (basic social process). Jadi, proses komunikasi merupakan dasar dari segala apa yang disebut sosial (dalam arti kebersamaan aktivitas) dalam berfungsinya organisme yang hidup. Bagi manusia, proses kebersamaan tersebut merupakan sesuatu yang mendasar sifatnya, untuk berkembangnya individu, terbentuk dan berkelanjutannya kelompok-kelompok manusia, serta untuk terlaksananya antarmubungan (interaksi) di antara sesama kelompok tersebut. Komunikasi memegang peran penting dalam sebuah lembaga, perusahaan ataupun organisasi (Windha, 2014).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode jenis studi kepustakaan yaitu serangkaian kegiatan penelitian yang menggunakan metode antara lain; pengumpulan data pustaka, membaca, menganalisis dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 2003).

Pada bagian ini juga menggunakan teknik observasi dan wawancara langsung pada subyek yang akan. Menurut (Arikunto, 2010) wawancara mula-mula menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam dengan mencari keterangan lebih lanjut. Dengan pedoman pertanyaan yang sudah dibuat diharapkan pertanyaan dan pernyataan responden lebih terarah dan memudahkan untuk rekapitulasi catatan hasil pengumpulan data penelitian. Pada wawancara, peneliti meminta supaya responden memberikan informan sesuai dengan yang dialami, diperbuat, atau dirasakan sehari-hari.

Teknik pengumpulan data berikutnya yang digunakan oleh penulis, yaitu dokumentasi. dokumentasi ini digunakan penulis untuk mengumpulkan data peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi ini berbentuk rekaman dan foto. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan langkah-langkah seperti yang

dikemukakan oleh (Burhan Bungin, 2003), yaitu sebagai berikut: pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), dan verifikasi dan penegasan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Tradisional Sukaramai merupakan bentukan dari pihak Perusahaan Daerah (PD) Pasar Pemerintah Kota Medan. Pasar Tradisional Sukaramai berdiri pada tahun 1968. Pada awalnya para pedagang yang sekarang berjualan di Pasar Tradisional Sukaramai adalah para pedagang yang melakukan aktivitas perdagangannya di persimpangan jalan Sukaramai.

Keberadaan para pedagang pada awalnya tidak menimbulkan masalah, tetapi dengan bertambahnya jumlah pedagang dari hari ke hari membuat badan jalan menjadi makin kecil untuk dilewati dan beberapa masalah yang timbul diantaranya adalah masalah sampah, ketertiban dan lingkungan. Melihat perkembangan masalah yang muncul tersebut Pihak pemerintah kota Medan PD. Pasar mengambil kebijakan relokasi para pedagang tersebut ke sebuah tempat yang disediakan yaitu sebuah bangunan pasar tradisional. Yang biasa dikenal sekarang sebagai Pasar Tradisional Sukaramai.

Berdasarkan hasil observasi di wilayah studi, ditemukan beberapa aktivitas pedagang kaki lima yang berdampak terhadap tingkat pelayanan jalan. Aktivitas pedagang kaki lima tersebut terjadi di sepanjang badan Jalan Arief Rahman Hakim, Sukaramai II, Kota Medan. Selain itu, kendaraan pembeli yang parkir di badan jalan, kendaraan berhenti, kendaraan bergerak lambat, orang yang menyeberang jalan, serta orang yang berjalan kaki di badan jalan juga mempengaruhi tingkat pelayanan jalan.



Gambar 2. Keadaan Badan Jalan di Sukaramai

Berikut ini dapat peneliti sajikan mengenai hasil wawancara dengan sasaran peneliti yaitu salah satu pedagang sayuran di Pasar Sukaramai untuk mendapatkan informasi yang nyata.

Faktor Penyebab Pedagang Berjualan di Luar Pasar

Berdasarkan hal ini peneliti melakukan wawancara dengan subyek (pedagang) selama 15 menit. Namun sebelum itu peneliti terlebih dahulu menanyakan harga sayur sayuran sembari membeli beberapa sayuran yang dijual dan wawancara berlangsung sangat santai, peneliti menganggap subyek seperti saudara sendiri agar lebih mudah dalam melakukan wawancara agar subyek juga santai dalam menjawab pertanyaan.

Kemudian peneliti mulai menanyakan kepada subyek kenapa mereka memilih untuk berjualan diluar dibandingkan berjualan didalam pasar dan apa permasalahan yang membuat mereka berjualan diluar pasar, subyek menjawab bahwa kalau mereka berjualan didalam tidak banyak pembeli yang mau masuk kedalam, sedangkan kalau mereka berjualan diluar pembeli lebih merasa praktis dikarenakan dari atas kereta saja mereka sudah bisa berbelanja tanpa harus turun dari kereta dan berjalan lagi untuk memasuki pasar. Perbandingan konsumen juga menjadi permasalahan bagi pedagang untuk berjualan didalam pasar, ditengah kondisi seperti ini memang lebih banyak keuntungan pedagang saat berjualan di badan jalan, depan pasar sukaramai. Subyek mengatakan sebelumnya pernah mencoba berjualan didalam selama 8 bulan tetapi tidak laku, simpanan sayuran habis dikarenakan busuk dan layu, yang seharusnya wajib diganti setiap hari agar menjaga kualitas kesegaran dari sayur tersebut.

Lalu peneliti kembali menanyakan sudah berapa lama subyek berjualan, subyek menjawab bahwa sudah 5 tahun berjualan diluar pasar, sedangkan memulai jualan sejak tahun 1995. Subyek juga mengatakan bahwa pedagang yang sudah membeli kios didalam diperbolehkan untuk berjualan diluar sedangkan pedagang yang tidak memiliki kios tetapi berjualan dibadan jalan dianggap pedagang yang tidak memiliki izin untuk berjualan didepan pasar. Sama halnya seperti Novi pedagang sayuran yang mengatakan Menyewa kios di dalam namun hanya agar bisa berjualan di luar.

Peneliti menanyakan pertanyaan terakhir kepada subyek, apakah Satpol PP pernah menertibkan pedagang untuk berjualan didalam pasar, subyek menjawab sering digusur, kami sebagai pedagang melakukan pengangkutan barang untuk dimasukan kedalam lagi, kalo pemimpin baru dan aturan baru pasti ada pergusuran, lalu kami melakukan penjualan lagi setelah kondisi membaik.



Gambar 3. Peneliti saat melakukan wawancara kepada salah satu pedagang Pasar Sukaramai

Banyak sekali peneliti temukan kios kosong yang ada di dalam Pasar Sukaramai, namun para pedagang lebih memilih untuk berjualan diluar dikarenakan perbandingan konsumen yang meningkat tinggi.



Gambar 4. Kondisi kios kosong di Pasar Sukaramai

Pada dasarnya pemerintah telah membangun pasar-pasar yang bertujuan untuk memfasilitasi kegiatan para pelaku usaha. Realita yang terjadi pada saat ini banyak Pedagang Kali Lima selalu melanggar aturan atau norma baku, menyebabkan beberapa permasalahan yaitu:

1. Pertama: Terlihat / Terkesan kumuh,
2. Kedua: Kemacetan Lalu Lintas, Pedagang kaki lima yang berjualan di bahu jalan dapat memicu kemacetan.
3. Ketiga: Trotoar Berubah Fungsi awalnya sebagai lalu lintas pejalan kaki berubah fungsi menjadi tempat berjualan.

Faktanya, masih ada beberapa pedagang yang lebih memilih berjualan di dalam dari pada diluar, seperti pedagang bumbu -bumbu masakan, bumbu -bumbu rempah, menurut Akbar pedagang bumbu, bumbu yang jualnya diluar kurang bersih karena akan terkena

Copyright @ Gadis Riani Iskandar Batubara, Fhadia Rafa Yaniedra, Emir Syachfajar Purba, Rasyidin, Avika Diza

debu-debu jalan, selain itu bumbu rempah-rempah juga akan menjadi kering jika terkena matahari langsung sehingga beratnya berkurang, meskipun berjualan diluar lebih untung dari pada di dalam menurut mereka, itu bukan lah suatu hal yang penting, karena meskipun berjualan di dalam mereka sudah memiliki langganannya masing – masing.

Menurutnya hal yang membuat pedagang lebih memilih berjualan diluar pasar adalah lapak yang berada di dalam pasar bisa disewa atau dibeli sekitar kurang lebih 50 juta, ditambah dengan uang pengutipan dan lainnya. Sedangkan penjualan di dalam pasar semakin hari semakin sepi. Sehingga membuat para pedagang banyak yang mencari tempat jualan di bahu jalan Pasar Sukaramai demi memenuhi kebutuhan ekonomi mereka, karena banyak juga dari mereka para pedagang kaki lima yang modal usahanya berasal dari pinjaman di bank dimana mereka harus membayar setoran. Ini yang membuat para pedagang kaki lima masih banyak yang berjualan di luar pasar (dibahu jalan) atau di tempat-tempat yang tidak semestinya.

Seorang penjual makanan kantin di basement pasar yang sudah 20 tahun juga berpendapat bahwa aparat setempat tak begitu tegas, masih kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh Satpol-PP dan DPP yang menyebabkan kurangnya pemahaman dan kerjasama pedagang. Penyampaian informasi dan sosialisasi tentang penertiban pedagang kaki lima ini belum efektif, dimana belum dilakukannya sosialisasi terhadap penertiban pedagang kaki lima, ini dikarenakan penyampaian informasi kepada para pedagang kaki lima belum bisa dilakukan secara maksimal sehingga kadang menimbulkan suatu kendala dilapangan. Penertiban yang dilakukan hanya dengan memberikan arahan, ratakan barang dagangan nya jangan menutupi jalan, dan berjualan dengan tertib.

Selain itu, Kurangnya peran aktif masyarakat dalam menjaga ketertiban umum. Masyarakat juga lebih memilih memanfaatkan pedagang kaki lima yang berada di bahu jalan dari pada harus pergi ke dalam pasar, dengan alasan lebih praktis tanpa harus turun dari kereta dan bayar parkir.

Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Pedagang

Untuk mencapai tujuan dalam mensosialisasikan program penataan pedagang kaki lima, maka Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) perlu didukung oleh suatu strategi komunikasi yang efektif agar hal-hal yang disampaikan dalam rangka sosialisasi program ini dapat berjalan dengan baik kepada Pedagang Kaki Lima (PKL) yang menjadi sasaran sosialisasi:

- a. Melakukan komunikasi secara formal maupun non formal dengan para pedagang mengenai pentingnya tata ruang kota, sehingga dari kegiatan komunikasi tersebut

akan menumbuhkan kesadaran para pedagang kaki lima mengenai pentingnya tata cara berjualan yang baik, tanpa melanggar ketertiban

- b. Melakukan komunikasi secara langsung (*face to face*) agar penyampaian informasi tentang ketertiban lebih mudah dipahami oleh PKL, penyampaian pesan melalui tatap muka langsung dianggap komunikasi paling efektif, karena berbicara langsung melalui tatap muka terhadap pedagang kaki lima, dan kemungkinan terjadinya gangguan ataupun kurang pengertian terhadap penyampaian pesan sangat kecil
- c. Melakukan komunikasi melalui media, seperti spanduk dan baliho mengenai tata ruang kota, sehingga para PKL dapat memahami pentingnya tata ruang kota
- d. Membuat posko Satpol PP disekitar pasar sebagai penjagaan bagi PKL agar tidak berjualan di bahu jalan
- e. Memberi penegasan dan sanksi (surat peringatan) kepada pedagang yang tetap berjualan di bahu jalan, komunikasi ini berguna untuk memberikan tindak lanjut terhadap pedagang kaki lima yang melanggar peraturan Perda. Pembinaan ini juga berperan besar dalam memberikan efek jera terhadap para PKL.
- f. Melakukan penertiban secara rutin tidak hanya dipagi hari saja, dikarenakan pedagang akan kembali berdagang setelah selesainya dilakukan penertiban.

Selain itu strategi lainnya adalah, mengoptimalkan kios di gedung pasar melalui penyuluhan dan sosialisasi yang bersifat persuasif. Dengan cara membuat kampanye di sekitaran pasar berupa penggunaan billboard, spanduk, atau brosur berupa keluhan bagi para pedagang yang berjualan di bahu jalan. Tujuan dari kampanye ini terbagi menjadi 3 bagian yaitu: 1) Agar pedagang sadar dengan adanya kampanye, juga sebagai keluhan kepada mereka yg menggunakan bahu jalan. 2) Kampanye itu juga bertujuan untuk memberi peringatan kepada aparat terkait. 3) Dan juga mendesak pemerintah untuk memberikan solusi terbaik untuk para pedagang.

SIMPULAN

Pasar Tradisional Sukaramai adalah salah satu pasar yang dimana kondisi Pasar Tradisional ini sangat padat. Hal ini disebabkan karena adanya para PKL yang tidak menempatkan lapak dagangannya di tempat yang sudah disediakan Pemerintah Kota Medan, padahal tempat tersebut tepat di depan lapak mereka sendiri. Kurangnya lahan parkir di Pasar Tradisional Sukaramai juga menjadi salah satu faktor penyebabnya kemacetan di persimpangan Jalan A.R. Hakim dan Jalan Sutrisno, dikarenakan kendaraan seperti motor, mobil, dan becak selalu parkir di pinggir lapak PKL yang ada di bahu jalan, ditambah adanya angkot yang selalu berhenti untuk mencari penumpang atau

menurunkan penumpang. Para PKL yang berdagang di luar pasar memilih untuk berdagang diluar dikarenakan omset yang mereka dapatkan sangatlah kecil dibandingkan Ketika berdagang diluar pasar. Aparat terkait juga kurang efektif dalam mengamankan kondisi pasar dan jalan. Dibutuhkan strategi komunikasi dengan cara mengoptimalkan kios di gedung pasar melalui penyuluhan dan sosialisasi yang bersifat persuasif. Dengan cara membuat kampanye di sekitaran pasar berupa penggunaan billboard, spanduk, atau brosur berupa keluhan bagi para pedagang yang berjualan di bahu jalan. Tujuan dari kampanye ini terbagi menjadi 3 bagian yaitu: 1) Agar pedagang sadar dengan adanya kampanye, juga sebagai keluhan kepada mereka yg menggunakan bahu jalan. 2) Kampanye itu juga bertujuan untuk memberi peringatan kepada aparat terkait. 3) Dan juga mendesak pemerintah untuk memberikan solusi terbaik untuk para pedagang. Dan juga kepada Aparat yang mengamankan untuk lebih tegas dalam menjalankan penertiban di Pasar Sukaramai Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cardona, D. (2020). *Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Penataan Pedagang Kaki Lima*. Surabaya.
- Satwiko, Prasasto. (1984). *Renovasi Pasar Beringhardjo*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
- Purnama Sari, N. A. (2012). *Strategi Komunikasi dalam Penataan Pedagnag Kaki Lima di Shelter Guyub Rukun Manahan Kota Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arif, E. (2012). *Strategi Komunikasi Pedagang kaki Lima Perantau MinangKabau dan Penduduk Asli*. Volume 10. Nomor 1.
- Damara, W. (2020). *Implementasi Kebijakan Tentang Ketertiban Umum dan Ketentraman Masyarakat: studi Penertiban Pedagang Kaki Lima oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Nunukan, Provinsi Kalimantan Utara*. Jakarta: Institut Pemerintahan Dalam Negeri. DOI: <https://doi.org/10.33701>.
- Suhendi, Dedy. (2019). Peran Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penyelenggaraan Ketentraman dan Ketertiban Umum. *Jurnal Tata Pamong*.