

Analisis Upaya Pemerintah Dalam Pemberdayaan Pedagang Pasar Tanah Abang Pada Tahun 2023-2025

Muhammad Daffa Alvintra¹, Nenry Marlina²

Email: daffaalvintra884@gmail.com¹, nenrymarlina@live.undip.ac.id²

Departemen Politik dan Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah
Kode Pos 50319 Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 74654505
Laman: <https://fisip.undip.ac.id/id/> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi pedagang Pasar Tanah Abang pasca pandemi Covid-19 yang mengalami penurunan aktivitas perdagangan akibat berkurangnya jumlah pengunjung, perubahan pola belanja masyarakat, dan berkembangnya perdagangan digital. Kondisi tersebut mendorong Pemerintah Provinsi DKI Jakarta bersama Perumda Pasar Jaya melaksanakan berbagai kegiatan pemberdayaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis upaya pemerintah dalam pemberdayaan pedagang Pasar Tanah Abang pada tahun 2023-2025. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan teori pemberdayaan masyarakat Sumodiningrat yang meliputi *enabling*, *empowering*, dan *protecting* serta teori tujuan pemberdayaan Mardikanto.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah melaksanakan pemberdayaan melalui Program Jakpreneur, pelatihan *digital marketing* dan *e-commerce*, promosi pasar melalui program Yuk Kepasar se-Jakarta, serta fasilitasi BPJS Ketenagakerjaan. Upaya tersebut meningkatkan akses, kapasitas, dan dukungan usaha bagi pedagang. Perubahan yang terlihat meliputi meningkatnya pengetahuan pengelolaan usaha, mulai dimanfaatkannya teknologi digital, membaiknya kondisi lingkungan pasar, dan tetap terjaganya hubungan antar pedagang. Namun, manfaat program belum dirasakan secara merata karena keterlibatan pedagang masih terbatas dan pendampingan belum berkelanjutan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemerintah telah berupaya memberdayakan pedagang melalui penciptaan akses, penguatan kapasitas, dan dukungan usaha, meskipun jangkauan program, partisipasi pedagang, dan keberlanjutan pendampingan masih menjadi kendala.

Kata Kunci: upaya pemerintah, pemberdayaan masyarakat, pedagang pasar, Pasar Tanah Abang.

ABSTRACT

This study was motivated by the conditions faced by vendors at Tanah Abang Market following the COVID-19 pandemic, including declining trading activities caused by a decrease in visitor numbers, changes in consumer shopping patterns, and the growth of digital commerce. These conditions encouraged the Jakarta Provincial Government, in collaboration with Perumda Pasar Jaya, to implement various empowerment initiatives. This study aims to analyze the government's efforts in empowering vendors at Tanah Abang Market during the

2023-2025 period. The study employs Sumodiningrat's community empowerment theory, which consists of enabling, empowering, and protecting, as well as Mardikanto's theory of empowerment objectives. A qualitative method with a descriptive approach was used through interviews, observations, and documentation.

The findings indicate that the government carried out empowerment initiatives through the Jakpreneur Program, digital marketing and e-commerce training, the Yuk Kepasar Program across Jakarta, and facilitation of access to BPJS Ketenagakerjaan. These initiatives reflect the government's efforts to expand business access, strengthen vendors capacities, and support business sustainability in the post-pandemic period. The findings also indicate changes in business conditions, reflected in improved business management knowledge, the growing use of digital technology, improved market conditions, and the maintenance of social relationships among vendors. However, these benefits have not been experienced evenly because participation in empowerment programs remains limited and mentoring has not been conducted sustainably. The study concludes that the government has sought to empower vendors by expanding access, strengthening capacities, and providing support for business sustainability, although program outreach, vendor participation, and the continuity of mentoring remain challenges.

Keywords: government efforts, community empowerment, market vendors, Tanah Abang Market.

PENDAHULUAN

Pasar Tanah Abang merupakan pusat perdagangan dan grosir tekstil terbesar di Asia Tenggara yang menampung lebih dari 25.000 pedagang dan sekitar 13.000 kios (Pangestu *et al.*, 2024). Sebagai salah satu pusat perdagangan terbesar di Indonesia, Pasar Tanah Abang memiliki peran penting dalam aktivitas ekonomi Jakarta dan nasional (Syukriyah, 2019). Namun, pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan aktivitas perdagangan akibat pembatasan mobilitas masyarakat, berkurangnya jumlah pengunjung, serta perubahan pola belanja ke platform digital. Penutupan sementara pasar selama masa pandemi bahkan menyebabkan kerugian yang diperkirakan mencapai Rp4,5 triliun (CNN Indonesia, 2020; Sandi, 2020).

Meskipun kondisi pasar mulai pulih pascapandemi, pedagang masih menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan dengan *e-commerce*, keterbatasan kemampuan digital, dan belum meratanya pemulihan usaha sehingga diperlukan upaya pemberdayaan untuk memperkuat kapasitas dan keberlangsungan usaha pedagang (Pratama *et al.*, 2021).

Sebagai upaya mendukung pemulihan ekonomi masyarakat, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta bersama Perumda Pasar Jaya melaksanakan berbagai program pemberdayaan bagi pedagang Pasar Tanah Abang, seperti Program Jakpreneur, digitalisasi pembayaran, pelatihan *digital marketing* dan *e-commerce*, fasilitasi akses

pembiayaan usaha, serta berbagai program promosi pasar. Program-program tersebut diarahkan untuk meningkatkan kapasitas usaha pedagang, memperluas akses pada sumber daya ekonomi, serta mendukung keberlangsungan usaha pada masa pemulihan pascapandemi. Namun demikian, pelaksanaan program pemberdayaan masih menghadapi sejumlah kendala, seperti keterbatasan akses informasi, rendahnya partisipasi sebagian pedagang, keterbatasan kemampuan digital terutama pada pedagang senior, serta pendampingan yang belum berjalan secara berkelanjutan.

Penelitian mengenai pemberdayaan pedagang pasar telah dilakukan oleh (Rohaetin, 2019), (Rahmah, 2018), serta (Fauziah *et al.*, 2021). Penelitian terdahulu umumnya berfokus pada pemberdayaan pedagang kaki lima, pemanfaatan fasilitas pasar, dan strategi penataan pasar. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji upaya pemerintah dalam memberdayakan pedagang toko atau pedagang grosir Pasar Tanah Abang pada masa pemulihan pascapandemi masih terbatas. Selain itu, penelitian sebelumnya belum banyak menghubungkan pelaksanaan program pemberdayaan dengan perubahan kondisi usaha pedagang sebagai kelompok sasaran.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan pada analisis upaya pemberdayaan pedagang

Pasar Tanah Abang dalam konteks pemulihan pascapandemi Covid-19 dengan menggunakan teori pemberdayaan masyarakat Sumodiningrat (1999) yang meliputi *enabling*, *empowering*, dan *protecting*, serta mengaitkannya dengan tujuan pemberdayaan menurut Mardikanto (2013) dalam (Ginting *et al.*, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya pemerintah dalam pemberdayaan pedagang Pasar Tanah Abang pada periode 2023–2025 serta menganalisis perubahan kondisi usaha pedagang setelah pelaksanaan program pemberdayaan pemerintah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis upaya pemerintah dalam pemberdayaan pedagang Pasar Tanah Abang pada periode 2023–2025. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pelaksanaan program pemberdayaan serta berbagai dinamika yang memengaruhi keterlibatan pedagang dalam program tersebut. Penelitian dilaksanakan di Pasar Tanah Abang, Jakarta Pusat, pada Februari–Maret 2026.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan mereka tentang pelaksanaan program

pemberdayaan pedagang. Informan terdiri atas dua pegawai Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah (PPKUKM) Jakarta Pusat, dua pegawai Perumda Pasar Jaya selaku pengelola Pasar Tanah Abang, serta empat pedagang Pasar Tanah Abang sebagai penerima manfaat program. Pemilihan informan dari berbagai pihak bertujuan memperoleh perspektif yang beragam mengenai perencanaan, pelaksanaan, dan penerimaan program pemberdayaan.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara semi terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali informasi mengenai pelaksanaan program pemberdayaan, akses informasi, tingkat partisipasi pedagang, serta berbagai kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan program. Observasi dilakukan untuk mengamati kondisi pasar dan aktivitas perdagangan, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data melalui penelaahan laporan kegiatan, arsip program, dan dokumen pendukung lainnya. Data sekunder diperoleh dari literatur ilmiah, peraturan perundang-undangan, laporan instansi, serta berbagai sumber yang relevan dengan fokus penelitian.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi kondensasi data, penyajian

data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara berkelanjutan sejak tahap pengumpulan data hingga penelitian selesai. Data yang diperoleh kemudian dikategorikan dan diinterpretasikan berdasarkan dimensi pemberdayaan masyarakat menurut Sumodiningrat, yaitu *enabling*, *empowering*, dan *protecting*, untuk menganalisis upaya pemerintah dalam pemberdayaan pedagang Pasar Tanah Abang.

Untuk menjamin kredibilitas data, penelitian menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pihak Suku Dinas PPKUKM Jakarta Pusat, Perumda Pasar Jaya, dan pedagang Pasar Tanah Abang. Hasil wawancara juga diverifikasi melalui observasi dan dokumen pendukung sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pelaksanaan program pemberdayaan pedagang Pasar Tanah Abang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis upaya pemerintah dalam pemberdayaan pedagang Pasar Tanah Abang pada periode 2023–2025 menggunakan teori pemberdayaan masyarakat Sumodiningrat yang terdiri atas *enabling*, *empowering*, dan *protecting*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah telah melaksanakan berbagai

program pemberdayaan melalui kolaborasi antara Suku Dinas PPKUKM Jakarta Pusat dan Perumda Pasar Jaya. Namun, efektivitas pemberdayaan tidak hanya ditentukan oleh keberadaan program, melainkan juga oleh tingkat keterlibatan pedagang dalam memanfaatkan berbagai dukungan yang tersedia.

Enabling: Penciptaan Akses bagi Pedagang Pasar Tanah Abang

Dimensi *enabling* diwujudkan melalui penyediaan akses informasi, fasilitas usaha, serta berbagai layanan pendukung perdagangan. Pemerintah memanfaatkan Program Jakpreneur sebagai salah satu sarana untuk memperkenalkan program pengembangan usaha, pelatihan, dan akses pembiayaan kepada pedagang. Di sisi lain, Perumda Pasar Jaya menyediakan berbagai fasilitas pendukung seperti *loading dock*, layanan pengaduan, serta pemeliharaan sarana dan prasarana pasar yang bertujuan menciptakan lingkungan usaha yang lebih kondusif bagi aktivitas perdagangan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa upaya penciptaan akses dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti surat pemberitahuan, grup WhatsApp, dan pengumuman melalui pengelola pasar. Keberadaan berbagai saluran tersebut menunjukkan adanya upaya pemerintah dan pengelola pasar untuk menjangkau pedagang serta

memperluas akses informasi program. Namun, penyebaran informasi belum sepenuhnya menjangkau seluruh pedagang. Sebagian pedagang memperoleh informasi secara aktif melalui jaringan komunikasi yang tersedia, sedangkan sebagian lainnya mengaku tidak selalu menerima informasi mengenai kegiatan pemberdayaan yang diselenggarakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa akses informasi masih dipengaruhi oleh intensitas interaksi pedagang dengan pengelola pasar dan jaringan komunikasi yang mereka miliki.

Selain akses informasi, aspek *enabling* juga tercermin dari upaya menciptakan lingkungan usaha yang mendukung keberlangsungan aktivitas perdagangan. Pemeliharaan fasilitas pasar, penyediaan sarana pendukung distribusi barang, serta layanan pengaduan memberikan ruang bagi pedagang untuk menjalankan usaha dalam kondisi yang lebih tertata dan nyaman. Temuan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan tidak hanya dipahami sebagai peningkatan kapasitas individu, tetapi juga sebagai penciptaan kondisi yang memungkinkan pedagang menjalankan aktivitas usahanya secara lebih baik.

Meskipun demikian, penelitian menemukan bahwa tersedianya akses belum selalu diikuti oleh keterlibatan pedagang dalam program yang ditawarkan. Beberapa pedagang memilih untuk tetap

berfokus pada aktivitas perdagangan sehari-hari, sementara sebagian lainnya belum memanfaatkan kesempatan yang tersedia karena keterbatasan informasi atau kurangnya ketertarikan atas program yang diselenggarakan. Temuan ini memperlihatkan bahwa penciptaan akses sebagai bagian dari proses *enabling* merupakan prasyarat penting dalam pemberdayaan, tetapi belum cukup untuk mendorong keterlibatan pedagang secara luas. Dengan demikian, dimensi *enabling* tidak hanya berkaitan dengan penyediaan akses, melainkan juga bagaimana akses tersebut dapat dipahami, dijangkau, dan dimanfaatkan oleh kelompok sasaran secara berkelanjutan.

Empowering: Penguatan Kapasitas di Tengah Rendahnya Partisipasi Pedagang

Dimensi *empowering* diwujudkan melalui berbagai program yang berorientasi pada peningkatan kapasitas pedagang dalam menghadapi perubahan pola perdagangan pascapandemi. Program tersebut meliputi sosialisasi QRIS dan digitalisasi pembayaran, pelatihan *digital marketing*, serta pelatihan *e-commerce* melalui kerja sama dengan TikTok dan Tokopedia. Berbagai kegiatan tersebut menunjukkan adanya upaya pemerintah untuk memperkuat kemampuan pedagang dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha di tengah perubahan perilaku

konsumen yang semakin mengarah pada transaksi berbasis digital.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pedagang yang mengikuti kegiatan pemberdayaan memperoleh tambahan pengetahuan mengenai pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan pemanfaatan platform daring sebagai sarana pendukung usaha. Beberapa pedagang mulai menggunakan QRIS sebagai alternatif pembayaran serta memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa program pemberdayaan tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga membuka peluang bagi pedagang untuk mengenal praktik usaha yang lebih sesuai dengan perkembangan pasar.

Meskipun demikian, peningkatan kapasitas pedagang belum berlangsung secara merata. Penelitian menemukan bahwa hambatan utama tidak terletak pada ketersediaan program, melainkan pada keterlibatan pedagang dalam mengikuti kegiatan pemberdayaan. Sebagian pedagang memilih tetap berfokus pada aktivitas perdagangan sehari-hari karena menganggap waktu yang dimiliki lebih produktif digunakan untuk berdagang. Sebagian lainnya mengaku tidak memperoleh informasi mengenai kegiatan yang diselenggarakan, sementara pedagang senior menghadapi kesulitan dalam

memahami penggunaan teknologi digital dan cenderung mempertahankan pola usaha yang telah dijalankan selama bertahun-tahun.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa proses *empowering* tidak hanya berkaitan dengan penyelenggaraan pelatihan, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan program dalam menjangkau karakteristik pedagang yang beragam. Dalam konteks Pasar Tanah Abang, terdapat perbedaan kesiapan antar pedagang dalam menerima dan menerapkan pengetahuan baru. Pedagang yang memiliki keterbukaan pada perubahan cenderung lebih mudah memanfaatkan hasil pelatihan, sedangkan pedagang yang masih mengandalkan pola usaha konvensional menunjukkan tingkat adaptasi yang lebih terbatas. Kondisi ini menyebabkan manfaat program lebih banyak dirasakan oleh pedagang yang aktif terlibat dibandingkan pedagang yang tidak mengikuti kegiatan pemberdayaan.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa penguatan kapasitas merupakan proses yang tidak berhenti pada penyampaian materi pelatihan. Kapasitas pedagang berkembang melalui keterhubungan antara akses dengan program, partisipasi dalam kegiatan pemberdayaan, dan kemampuan menerapkan pengetahuan yang diperoleh ke dalam praktik usaha sehari-hari. Oleh

karena itu, dimensi *empowering* dalam pemberdayaan pedagang Pasar Tanah Abang menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas tidak hanya ditentukan oleh apa yang diberikan pemerintah, tetapi juga oleh kesiapan dan keterlibatan pedagang dalam memanfaatkan peluang pengembangan usaha yang tersedia.

***Protecting*: Menjaga Keberlangsungan Usaha Pedagang**

Dimensi *protecting* diwujudkan melalui berbagai bentuk dukungan yang bertujuan menjaga keberlangsungan usaha pedagang pascapandemi. Pemerintah melaksanakan Program Yuk Kepasar se-Jakarta dan promosi voucher belanja sebagai upaya mendorong kunjungan masyarakat ke pasar tradisional. Selain itu, pemerintah memfasilitasi akses pembiayaan usaha melalui kerja sama dengan lembaga perbankan serta memperluas akses pedagang pada BPJS Ketenagakerjaan. Berbagai program tersebut menunjukkan adanya upaya pemerintah untuk memberikan dukungan ekonomi dan perlindungan sosial kepada pedagang dalam menghadapi proses pemulihan usaha setelah adanya pandemi Covid-19.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa program promosi pasar memberikan ruang bagi pedagang untuk memperoleh eksposur yang lebih luas kepada masyarakat. Upaya tersebut dilakukan

untuk meningkatkan kembali aktivitas perdagangan yang sempat mengalami penurunan selama pandemi. Di sisi lain, fasilitasi pembiayaan usaha dan BPJS Ketenagakerjaan menunjukkan bahwa perlindungan tidak hanya diarahkan pada aspek perdagangan, tetapi juga pada upaya memperkuat keberlangsungan usaha dan perlindungan sosial pedagang sebagai pelaku ekonomi sektor informal.

Meskipun berbagai bentuk dukungan telah disediakan, penelitian menemukan bahwa kondisi usaha pedagang masih dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berada di luar jangkauan program pemberdayaan. Perubahan pola belanja masyarakat, meningkatnya penggunaan *platform digital*, serta persaingan dengan *marketplace* memengaruhi aktivitas perdagangan di Pasar Tanah Abang. Kondisi tersebut menyebabkan manfaat program perlindungan tidak selalu dirasakan dengan cara yang sama oleh seluruh pedagang. Sebagian pedagang merasakan manfaat dari program yang tersedia, sementara sebagian lainnya menilai bahwa kondisi usaha mereka lebih banyak ditentukan oleh situasi pasar dan kemampuan mempertahankan pelanggan.

Temuan ini menunjukkan bahwa dimensi *protecting* dalam pemberdayaan pedagang tidak hanya berkaitan dengan penyediaan bantuan atau perlindungan sosial, tetapi juga berkaitan dengan upaya

menciptakan dukungan yang memungkinkan pedagang tetap menjalankan usahanya di tengah perubahan lingkungan ekonomi. Dalam konteks Pasar Tanah Abang, perlindungan usaha belum dapat dipahami sebagai bentuk perlindungan yang sepenuhnya mampu mengurangi berbagai tantangan yang dihadapi pedagang. Sebaliknya, perlindungan lebih terlihat sebagai upaya pemerintah untuk memberikan dukungan dan memperluas peluang bagi pedagang agar tetap dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Sintesis Upaya Pemerintah

Berdasarkan ketiga dimensi tersebut, penelitian menunjukkan bahwa pemerintah telah melaksanakan berbagai upaya pemberdayaan melalui penciptaan akses usaha, peningkatan kapasitas pedagang, dan dukungan atas keberlangsungan usaha. Berbagai program yang dijalankan menunjukkan adanya komitmen pemerintah dalam membantu proses pemulihan aktivitas perdagangan pascapandemi. Namun, pelaksanaan pemberdayaan belum sepenuhnya menjangkau seluruh pedagang karena masih terdapat keterbatasan dalam penyebaran informasi, partisipasi pedagang, dan keberlanjutan pendampingan. Kondisi tersebut menyebabkan manfaat program lebih

banyak dirasakan oleh pedagang yang terlibat secara aktif dibandingkan pedagang yang tidak mengikuti kegiatan pemberdayaan.

Dampak Pemberdayaan pada Kondisi Usaha Pedagang

Berdasarkan tujuan pemberdayaan menurut Mardikanto, penelitian menunjukkan adanya perubahan kondisi usaha pedagang setelah pelaksanaan berbagai program pemberdayaan. Pada aspek *better business*, sebagian pedagang memperoleh tambahan pengetahuan mengenai pengelolaan usaha dan mulai memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pendukung pemasaran. Pada aspek *better income*, kondisi usaha menunjukkan pemulihan dibandingkan masa pandemi, meskipun pendapatan pedagang masih dipengaruhi oleh jumlah pengunjung pasar dan daya beli masyarakat. Pada aspek *better environment*, perbaikan fasilitas dan penataan pasar menciptakan lingkungan usaha yang lebih nyaman bagi pedagang maupun pengunjung. Sementara itu, pada aspek *better community*, hubungan sosial antar pedagang tetap terjaga melalui interaksi dan kerja sama yang berlangsung dalam aktivitas perdagangan sehari-hari.

Meskipun terdapat perubahan pada berbagai aspek tersebut, penelitian menemukan bahwa dampak pemberdayaan belum dirasakan secara merata oleh seluruh pedagang. Sebagian pedagang memperoleh

manfaat dari program yang diikuti, sedangkan sebagian lainnya belum merasakan perubahan yang signifikan karena tidak terlibat dalam kegiatan pemberdayaan. Temuan ini menunjukkan bahwa perubahan kondisi usaha tidak hanya dipengaruhi oleh program yang disediakan pemerintah, tetapi juga oleh kemampuan pedagang dalam memanfaatkan peluang yang tersedia, menyesuaikan diri pada perkembangan pasar, dan merespons perubahan perilaku konsumen. Dengan demikian, keberhasilan pemberdayaan tidak hanya bergantung pada penyediaan program, tetapi juga pada keterlibatan dan kemampuan adaptasi pedagang sebagai kelompok sasaran.

Diskusi dan Implikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya pemberdayaan pedagang Pasar Tanah Abang telah dilaksanakan melalui dimensi *enabling*, *empowering*, dan *protecting* sebagaimana dikemukakan oleh Sumodiningrat. Temuan ini memperlihatkan bahwa pemerintah telah berupaya menciptakan akses (*enabling*), meningkatkan kapasitas (*empowering*), dan memberikan dukungan (*protecting*) atas keberlangsungan usaha pedagang pascapandemi. Namun demikian, keberadaan program belum secara otomatis menghasilkan perubahan yang merata karena masih terdapat keterbatasan dalam

partisipasi pedagang dan keberlanjutan pendampingan.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa tantangan utama pemberdayaan bukan terletak pada ketersediaan program, melainkan pada bagaimana program tersebut dapat diakses, diikuti, dan dimanfaatkan oleh pedagang secara berkelanjutan. Pada Pasar Tanah Abang, pedagang yang terlibat aktif dalam program cenderung memperoleh manfaat yang lebih besar dibandingkan pedagang yang tidak berpartisipasi. Oleh karena itu, pemberdayaan tidak hanya memerlukan penyediaan program, tetapi juga strategi yang mampu meningkatkan keterlibatan pedagang serta memperkuat proses pendampingan agar manfaat program dapat dirasakan secara lebih luas.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa upaya pemerintah dalam pemberdayaan pedagang Pasar Tanah Abang pada periode 2023–2025 dilaksanakan melalui dimensi *enabling*, *empowering*, dan *protecting*. Upaya tersebut diwujudkan melalui penyediaan akses informasi dan layanan usaha, pelaksanaan pelatihan dan program digitalisasi, serta dukungan atas keberlangsungan usaha melalui promosi pasar, fasilitasi pembiayaan, dan perlindungan sosial ketenagakerjaan. Berbagai program tersebut menunjukkan

adanya peran pemerintah dan pengelola pasar dalam mendukung proses pemulihan dan pengembangan usaha pedagang pascapandemi.

Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa persoalan pemberdayaan pedagang Pasar Tanah Abang tidak terletak pada ketersediaan program, melainkan pada keterlibatan pedagang dalam memanfaatkan program yang telah disediakan. Meskipun berbagai bentuk dukungan telah diberikan, partisipasi pedagang masih beragam karena keterbatasan akses informasi, kesibukan dalam aktivitas perdagangan, serta perbedaan kemampuan dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Kondisi tersebut menyebabkan manfaat program lebih banyak dirasakan oleh pedagang yang terlibat secara aktif dibandingkan pedagang yang tidak mengikuti kegiatan pemberdayaan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa perubahan kondisi usaha pedagang tidak hanya berkaitan dengan program yang disediakan pemerintah, tetapi juga dengan kemampuan pedagang dalam memanfaatkan peluang usaha, menyesuaikan diri kepada perkembangan pasar, dan merespons perubahan perilaku konsumen. Temuan tersebut menunjukkan bahwa proses pemberdayaan tidak berhenti pada penyediaan program, melainkan memerlukan keterhubungan antara

program, partisipasi pedagang, dan pendampingan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penyebaran informasi yang lebih menjangkau seluruh pedagang, pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan pedagang, serta penguatan ruang keterlibatan pedagang dalam setiap kegiatan pemberdayaan menjadi penting agar manfaat program dapat dirasakan secara lebih luas oleh pedagang Pasar Tanah Abang.

REFERENSI

- CNN Indonesia. (2020). *24 Hari Tutup, Tanah Abang Rugi Paling Sedikit Rp4,8 Triliun*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com>
- Fauziah, F., Yasintha, P. N., & Winaya, I. K. (2021). Strategi Pemerintah DKI Jakarta Dalam Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima Pasar Tanah Abang di Jakarta Pusat. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(01), 1–7.
- Ginting, S., Sembiring, R., Arlina, Dewi, E., & Kristian, R. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Lokal Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Kolam Soda Desa Buluh Naman Kecamatan Munte Kabupaten Karo. *Jurnal Pengabdian Nasional*, 02(05), 10–19.
- Pangestu, A. R., Prasetyo, S., & Jaelani, M. J. (2024). Peran Pemerintah Dalam Program Go-Digital Bagi Umkm Tanah Abang Sebagai Upaya Ketahanan Ekonomi Di Industri Fashion. *The International Journal of Public Adminisrations*, 10(20).
- Pratama, S., Kismartini, & Rahman, A. Z. (2021). Dampak Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Terhadap Ekonomi Pelaku Usaha di Pasar Tanah Abang Jakarta. *Journal of Public Policy and Management Review*, 10(4), 1–20.
- Rahmah. (2018). *Pemberdayaan Pedagang Di Pasar Tradisional Maricayya Kota Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rohaetin. (2019). Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima Di Wilayah Kota Palangka Raya. *Mediasosian*, 3(2), 142–156.
- Sandi, F. (2020). *Batal Buka Hari Ini, Pasar Tanah Abang Tetap Tutup*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200406080347-4-149910/batal-buka-hari-ini-pasar-tanah-abang-tetap-tutup>
- Sumodiningrat, G. (1999). *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaring Pengaman Sosial*. Gramedia.
- Syukriyah, L. (2019). *Sejarah Pasar Tanah Abang Sebagai Pusat Grosir Terbesar Di Indonesia (Awal Berdirinya Pasar Tanah Abang)*. 4–5.