



Available online at FACTUM; Jurnal Sejarah dan Pendidikan Sejarah
website: <https://ejournal.upi.edu/index.php/Factum>
FACTUM: *Jurnal Sejarah dan Pendidikan Sejarah*, 14(1), 255-270
RESEARCH ARTICLE



Pedagang Etnis Minangkabau di Pasar Tanah Abang Jakarta Pusat (1975 – 2023)

Arief Kurnia Rachman, Wawan Darmawan, Yani Kusmarni

Pendidikan Sejarah, FIIPS, Universitas Pendidikan Indonesia

Correspondence Author: ariefnewg23@upi.edu

To cite this article: Rachman, A. K., Darmawan, W., & Kusmarni, Y. (2025). Pedagang etnis Minangkabau di pasar tanah abang Jakarta Pusat. *FACTUM: Jurnal Sejarah dan Pendidikan Sejarah*, 14(2), 255-270. <https://doi.org/10.17509/factum.v14i2.87189>.

Abstract

Tanah Abang Market, the largest textile trade center in Indonesia and Southeast Asia, functions as a multicultural economic hub that attracts traders from various ethnic groups. This study focuses on Minangkabau traders—the dominant group in the market—to analyze their historical dynamics, business strategies, adaptation mechanisms, and the factors that limit their economic advancement. Using the historical method (heuristics, source criticism, interpretation, and historiography), data were collected from newspapers, scholarly literature, and interviews with active traders. The findings show that Minangkabau traders began participating in the market in the 1970s, driven by government support through the Small Investment Credit (KIK), Permanent Working Capital Credit (KMKP), and pro-indigenous entrepreneurship policies. Government-led modernization and expansion of Tanah Abang Market further accelerated their growth. Initially operating as street vendors due to limited capital, they gradually obtained permanent kiosks. However, despite their numerical dominance, their economic progress remained limited due to restricted access to capital, short-term profit orientation, and challenges in adapting to modern market dynamics. This study contributes to the understanding of ethnic socio-economic adaptation in urban commercial spaces and serves as a reference for future research on ethnic entrepreneurship and market transformation in Indonesias.

Abstrak

Pasar Tanah Abang, sebagai pusat perdagangan tekstil terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara, berfungsi sebagai ruang ekonomi multikultural yang dihuni berbagai kelompok etnis. Penelitian ini memfokuskan kajian pada pedagang Minangkabau sebagai kelompok dominan untuk menganalisis dinamika historis, strategi bisnis, mekanisme adaptasi, serta faktor-faktor yang membatasi kemajuan ekonomi mereka. Metode yang digunakan adalah metode historis (heuristik, kritik sumber, interpretasi, dan historiografi) dengan sumber data berupa koran, literatur ilmiah, dan wawancara dengan pedagang aktif. Temuan menunjukkan bahwa keterlibatan pedagang Minangkabau di Tanah Abang dimulai sejak 1970-an, dipicu oleh dukungan pemerintah melalui Kredit Investasi Kecil (KIK), Kredit Modal Kerja Permanen (KMKP), dan kebijakan pro-pribumi. Modernisasi dan ekspansi Pasar Tanah Abang oleh pemerintah turut mempercepat pertumbuhan mereka. Pada tahap awal, pedagang Minangkabau beroperasi sebagai pedagang kaki lima karena keterbatasan modal sebelum memperoleh kios permanen. Namun, meskipun mendominasi secara jumlah, kemajuan usaha mereka tetap terbatas akibat akses modal yang rendah, orientasi keuntungan jangka pendek, serta tantangan dalam beradaptasi dengan dinamika perdagangan modern. Studi ini memberikan kontribusi penting dalam memahami adaptasi sosial-ekonomi pedagang etnis di ruang komersial perkotaan dan menjadi rujukan bagi penelitian tentang kewirausahaan etnis dan transformasi pasar di Indonesia.

Article Info

Article History:

Received 1 July 2025
Revised 20 Sept. 2025
Accepted 30 Sept. 2025
Available online 1 Oct. 2025

Keyword:

Economic adaptation; indigenous entrepreneurship; historical study; Minangkabau traders; Tanah Abang Market,

Kata Kunci:

Adaptasi; kewirausahaan etnis; Pasar Tanah Abang; pedagang Minangkabau; transformasi pasar.

PENDAHULUAN

Minangkabau adalah kelompok etnis dari datarang tinggi Sumatera Barat yang juga tersebar di Sumatera Utara, Riau, Jambi, dan Bengkulu. Etnis ini dikenal dengan sistem kekerabatan matrilineal, adat yang sejalan dengan agama, bahasa serumpun, melayu, kuliner khas, serta tradisi merantau. merantau dalam budaya Minangkabau memiliki makna khusus yang berkaitan erat dengan sistem matrilineal, di mana garis keturunan ditarik dari pihak ibu, berbeda dengan sistem patrilineal yang mengikuti garis ayah (Koentjaraningrat dalam Rahmayanty dkk., 2023, hlm. 3).

Minangkabau menjadi salah satu etnis kelompok yang menganut sistem matrilineal di seluruh dunia. Bahkan, etnis tersebut memungkinkan menjadi salah satu masyarakat matrilineal terbesar di dunia (Kato, 1982, hlm. 1) dan menjadi bagian penting dari identitas mereka (Yanti, 2014, hlm. 29). Setiap individu dalam etnis tersebut diidentifikasi berdasarkan garis keturunan ibu dan neneknya, tanpa memperhitungkan keturunan dari pihak ayah. Atas dasar tersebut, garis keturunan tersebut memainkan peran yang penting dalam pewarisan harta keluarga atau warisan pusaka. Warisan pusaka dalam masyarakat Minangkabau berupa harta turun-temurun seperti tanah, sawah, hutan, dan rumah adat, yang diwariskan melalui garis keturunan ibu. Harta ini biasanya diberikan kepada anak perempuan tertua, sementara laki-laki hanya bertugas mengelola sebagai mamak (saudara laki-laki dari pihak ibu). Sistem ini membuat posisi laki-laki dalam keluarga kurang dominan, sehingga banyak di antara mereka memilih merantau untuk memperbaiki kehidupan.

Selain faktor kekerabatan, lingkungan geografis juga memengaruhi mata pencaharian masyarakat Minangkabau. Sumatera Barat didominasi kawasan perbukitan dan hutan, dengan lebih dari 80% nagari berada di wilayah hutan (Subdirektorat Statistik Kehutanan, 2020, hlm. 53). Sekitar 51,80% wilayahnya pun

masih ditutupi hutan pada 2021 (Badan Pusat Statistik, 2023, hlm. 72). Kondisi ini membatasi pilihan pekerjaan, yang umumnya berkisar pada sektor pertanian dan hasil hutan. Karena peluang ekonomi yang terbatas, merantau menjadi kebiasaan umum bagi masyarakat Minangkabau untuk mencari penghidupan yang lebih baik.

Kebiasaan merantau dalam masyarakat Minangkabau telah berlangsung sejak lama. Bahkan sejak mereka masih berupa kelompok kecil di perbukitan Sumatera Barat (Kato, 2005). Migrasi ini mulai tercatat secara resmi pada sensus 1930 oleh pemerintah Hindia Belanda, yang menunjukkan bahwa Minangkabau termasuk salah satu dari lima etnis terbesar yang melakukan migrasi, bersama dengan Bawean, Batak, Banjar, dan Bugis (Naim 2013, hlm. 56).

Tabel 1. Jumlah Penduduk dan Arus Migrasi Penduduk Sumatera Barat Tahun 1930

Keterangan	1930
Total penduduk	1.928.322
Tidak migrasi	1.717.031
Migrasi keluar	211.291

Sumber: *Volkstelling 1930*, IV, hlm. 11, 162, V, hlm. 24

Kegiatan merantau masyarakat Minangkabau sempat terhenti akibat Perang Dunia II dan Revolusi, mendorong mereka merantau secara regional atau pindah ke daerah aman seperti Bukittinggi (Umarak & Hardi, 2023, hlm. 6). Agresi Militer II memperparah situasi, memaksa mereka mengungsi lebih jauh ke hutan (Naim, 2013, hlm. 98). Setelah konflik berakhir dan kedaulatan diakui, sebagian kembali ke rumah, sementara lainnya kembali melanjutkan merantau ke luar Sumatera.

Kegiatan merantau masyarakat Minangkabau justru semakin meluas setelah kemerdekaan hingga 1965. Dua faktor utama mendorong hal ini: *pertama*, pemindahan Ibu Kota ke Jakarta menarik banyak perantau mencari pekerjaan; *kedua*, dampak konflik PRRI dan Peristiwa G30S membuat warga Sumatera Barat diawasi, dituduh pemberontak atau simpatisan PKI, sehingga banyak yang

memilih meninggalkan kampung halaman dan merantau ke luar Sumatera Barat (Aryasahab, 2023).

Tabel 2. Jumlah Penduduk dan Arus Migrasi Penduduk Sumatera Barat/Minangkabau berdasarkan Sensus Penduduk 1961

Keterangan	1961	1971
Total	2.319.057	3.029.261
Tidak Migrasi	-	2.704.364
Migrasi	-	324.897
Penduduk SumBar di Jakarta	62.434	-

Sumber: (Blackburn, 2012, hlm. 259), (Badan Pusat Statistik, 1961)

Merantau etnis Minangkabau terutama didorong oleh kebutuhan ekonomi dan peningkatan taraf hidup, dengan tujuan tuma akota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Dari 1980, jumlah migrasi mencapai puncaknya dengan 837.493 orang merantau keluar Sumatera barat (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, 2020). Angka ini terus meningkat hingga 2010, mencapai 1.151.433 perantau atau sekitar 20,36% dari total penduduk (Badan Pusat Statistik, 2012). Setelah 2010, jumlah perantau mulai menurun secara bertahap, dengan 980.911 orang tercatat merantau pada 2020 (Badan Pusat Statistik, 2023b).

Orang Minangkabau yang merantau umumnya bekerja di bidang usaha kuliner, percetakan (fotokopi), tukang jahit, hingga berjualan bahan tekstil. Pilihan pekerjaan ini sesuai dengan kebiasaan mereka yang selektif dan menghindari pekerjaan kasar atau posisi sebagai bawahan (Naim, 2013, hlm. 172). Di kota besar seperti DKI Jakarta, masyarakat Minangkabau dikenal dengan stigma “pandai berdagang.” Pada tahun 1970-an, DKI Jakarta memiliki setidaknya 14 pusat kaki lima, dan saat ini terdapat 7 pasar besar. Masyarakat Minangkabau ramai menjadi pedagang, salah satunya Pasar Tanah Abang yang menjadi lokasi yang dipilih oleh peneliti.

Dominasi pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang sudah terkenal, dengan sekitar 79% pedagang berasal dari etnis ini pada tahun 2016 menurut PD. Pasar Jaya, pengelola pasar tersebut, dan dominasi ini bertahan hingga kini. Berdasarkan fakta tersebut, peneliti tertarik mengkaji perantau Minangkabau di Pasar Tanah Abang. Selain karena komunitas perantau yang besar, penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh kurangnya kajian tentang sejarah dan perkembangan etnis di lokasi seperti Pasar Tanah Abang, sehingga memberikan perspektif unik dalam studi etnis dan sejarah.

Pembahasan tentang perantau Minangkabau di Pasar Tanah Abang sudah ada, namun hanya fokus pada sejarah kemunculan, kehidupan sosial, dan peran kelompok tertentu. Contohnya, skripsi Muhammad Bachrul tentang pedagang Minangkabau asal Nagari Silit Air (1990-2021) dan karya Wilda Alfida yang mengkaji jaringan sosial pedagang Minang. Kedua penelitian ini kurang menggali sejarah perantau secara mendalam, alasan memilih berdagang, dan cara mereka membangun usaha. Penelitian ini juga mencoba mengisi kekurangan tersebut dengan menelaah alasan mereka banyak yang berhenti di level UMKM dan tidak berkembang menjadi konglomerat, padahal saat ini hampir seluruh konglomerat Indonesia dikuasai etnis Tionghoa, dengan hanya satu konglomerat pribumi dari Minangkabau.

Penelitian mendalam tentang sejarah pedagang etnis Minangkabau di Pasar Tanah Abang dari tahun 1975 hingga 2023 sangat penting. Tahun 1975 dipilih karena merupakan tahun renovasi Pasar Tanah Abang yang menjadikannya pusat pasar tekstil terbesar. Melalui pemahaman asal-usul, perkembangan, dan tantangan perantau Minangkabau di pasar ini, diharapkan dapat memberikan gambaran perkembangan pedagang etnis Minangkabau.

Penelitian tentang pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang telah dilakukan dalam berbagai konteks, seperti sejarah migrasi (Naim, 2013), jaringan sosial (Alfida, 2017), serta dinamika ekonomi pedagang pribumi

di wilayah urban (Herlina, 2020). Namun, sebagian besar penelitian tersebut hanya menyoroti aspek kemunculan, kehidupan sosial, atau jaringan etnik tanpa menganalisis secara mendalam faktor keberhasilan dan keterbatasan perkembangan ekonomi pedagang Minangkabau dalam jangka panjang. Padahal, komunitas Minangkabau telah mendominasi Pasar Tanah Abang hingga mencapai 79–85% pedagang (PD Pasar Jaya, 2016), tetapi secara ekonomi tidak berkembang menjadi kelas konglomerat seperti etnis Tionghoa. Di sinilah letak riset gap utama yaitu dominasi kuantitatif tidak berbanding lurus dengan kemajuan ekonomi struktural.

Selain itu, penelitian terdahulu belum mengaitkan fenomena ini dengan teori kewirausahaan etnis, ekonomi dualistik, dan transformasi pasar modern, sehingga belum menjelaskan mengapa pedagang Minangkabau stagnan pada level UMKM. Riset sebelumnya juga jarang mengkaji pengaruh kebijakan negara (KIK, KMKP, prioritas kios pribumi) serta perubahan struktur pasar akibat modernisasi, globalisasi, dan digitalisasi terhadap pedagang Minangkabau. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan dengan menganalisis faktor historis, kultural, struktural, dan ekonomi secara holistik sepanjang 1975–2023.

Secara internasional, studi etnis dan kewirausahaan menekankan pentingnya modal sosial, solidaritas komunitas, adaptasi teknologi, dan akses modal dalam keberhasilan ekonomi (Light & Gold, 2000; Waldinger, 1986). Namun, dalam konteks Minangkabau, solidaritas dan jaringan etnik justru tidak selalu menghasilkan akumulasi kapital jangka panjang. Penelitian ini menghadirkan *state of the art* dengan menggabungkan perspektif sejarah ekonomi, migrasi, dan kewirausahaan etnis untuk menjelaskan paradoks: “Mengapa etnis yang dominan secara jumlah tetap lemah secara struktural?”

Selain itu, penelitian ini relevan dalam konteks transformasi pasar tradisional menuju pasar modern dan digital. Perubahan pola perdagangan dari kios fisik ke *marketplace*

(Shopee, TikTok) memberikan tantangan generasi tua dan peluang generasi muda Minang. Namun, belum ada penelitian yang mengkaji pergeseran ini dalam kerangka historis jangka panjang.

Urgensi penelitian ini juga terletak pada kontribusinya terhadap identitas, kebijakan ekonomi, dan pendidikan sejarah. Pemahaman mendalam mengenai dinamika pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang memberikan wawasan penting tentang resiliensi etnis, adaptasi budaya, serta ketahanan ekonomi masyarakat lokal di pusat perdagangan nasional. Penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi kebijakan pemberdayaan UMKM berbasis etnis, serta pengayaan materi sejarah lokal dan ekonomi dalam kurikulum pendidikan.

Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru yang transdisipliner, mengisi kekosongan literatur, dan memperluas pemahaman akademik tentang hubungan antara etnisitas, kekuatan pasar, transformasi struktural, dan perjalanan sejarah ekonomi di Indonesia.

METODE

Peneliti memilih metode penelitian sejarah karena memungkinkan analisis mendalam terhadap dinamika dan transformasi perantau Minangkabau di Pasar Tanah Abang selama periode panjang. Menurut Kuntowijoyo (2003), prosedur mencakup heuristik, kritik sumber, Interpretasi, dan historiografi. Pada tahap heuristik, peneliti mengumpulkan sumber-sumber baik tertulis maupun lisan. Sumber tertulis seperti buku peneliti didapatkan melalui beberapa perpustakaan seperti Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia dan Perpustakaan Nasional. Sumber tertulis tidak hanya buku, peneliti juga memperoleh arsip melalui koran-koran pada zamannya dan Kompas dan lain-lain.

Sumber lisan peneliti peroleh melalui penelitian langsung di Pasar Tanah Abang. Peneliti memilih beberapa narasumber yang

sesuai dengan kriteria narasumber sejarah, yaitu pelaku dan saksi mata (Gottschalk, 1986). Setidaknya peneliti mendapatkan sebanyak 9 narasumber, baik dari pedagang senior maupun pedagang baru.

Selain mengikuti tahapan heuristik, kritik sumber, interpretasi, dan historiografi sebagaimana dikemukakan Kuntowijoyo, penelitian ini menguatkan pendekatan metode sejarah dengan prinsip-prinsip penelitian ilmiah modern agar hasilnya memiliki validitas akademik yang tinggi. Pada tahap heuristik, peneliti tidak hanya mengumpulkan sumber tertulis dan lisan, tetapi juga menerapkan purposive sampling untuk memilih narasumber yang memenuhi kriteria historis, yaitu pelaku langsung, saksi mata, atau pedagang yang terlibat dalam dinamika Pasar Tanah Abang selama beberapa dekade. Pendekatan ini sejalan dengan panduan Gottschalk (1986) dan Tosh (2015) tentang pentingnya otentisitas narasumber dalam penelitian sejarah lisan.

Untuk memperkuat validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan waktu, dengan membandingkan arsip koran, dokumen kebijakan, literatur akademik, dan wawancara dari generasi pedagang berbeda. Triangulasi ini penting untuk menghindari bias subjektif serta menghasilkan pemahaman yang lebih menyeluruh (Lincoln & Guba, 1985). Kritik eksternal dilakukan untuk menilai keaslian dan konteks sumber, sedangkan kritik internal digunakan untuk memverifikasi konsistensi isi, kredibilitas informasi, dan bias narasumber.

Pada tahap kritik sumber, dilakukan verifikasi melalui dua aspek, yaitu kritik eksternal dan kritik internal. Kritik eksternal memperhatikan tinjauan aspek yang melatarbelakangi sumber tersebut dengan melihat tahun terbit, tempat diterbitkan, dan profesi. Hasilnya sumber yang diperoleh peneliti memiliki relevansi dengan periodisasi yang diteliti. Sementara itu kritik internal dilakukan dengan membandingkan isi dari berbagai informasi yang didapatkan oleh peneliti.

Kemudian interpretasi, adalah menganalisis pandangan dari hasil wawancara, arsip,

dan studi literatur untuk menghasilkan pemahaman yang menyeluruh. Informasi dari berbagai sumber akan dikaitkan dan ditafsirkan secara komprehensif. Menurut Sartono (dalam Miftahuddin, 2020, hlm. 76), sintesis interpretasi lebih mudah jika dibantu alat analisis seperti konsep dan teori. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan konsep migrasi, merantau, kewirausahaan, serta teori ekonomi dualistik untuk memahami perkembangan perantau Minangkabau di Pasar Tanah Abang. Tahap interpretasi dilakukan secara analitis-kritis dengan menggunakan teori migrasi, ekonomi dualistik Boeke, dan kewirausahaan etnis untuk mengaitkan temuan empiris dengan kerangka konseptual. Model analisis ini membantu peneliti memahami mengapa pedagang Minangkabau mengalami mobilitas sosial yang kuat tetapi stagnasi ekonomi struktural. Pendekatan ini sesuai dengan pandangan Booth (2016) bahwa metode sejarah ekonomi membutuhkan integrasi antara data kualitatif, konteks sosial, dan analisis teoritik.

Terakhir yaitu historiografi, sebaiknya ditulis oleh sejarawan dengan mempertimbangkan tiga aspek utama, yaitu seleksi, imajinasi, dan kronologi (Herlina, 2020, hlm. 56). Secara keseluruhan historiografi ini merupakan refleksi kritis terhadap praktik penulisan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kausalitas untuk menghubungkan rumusan masalah dengan hasil temuan dan analisis. Setelah melalui tahapan pengumpulan, kritik, dan analisis sumber sejarah, hasilnya disajikan dengan pendekatan deskriptif-naratif. Meskipun menurut Burke (dalam Sjamsuddin, 2012, hlm. 186) model ini kerap dianggap sebagai sejarah populer, pendekatan ini dipilih karena mampu menyampaikan informasi secara jelas dan mudah dipahami, sejalan dengan tujuan penelitian untuk menggambarkan perkembangan perantau Minangkabau di Pasar Tanah Abang.

Dalam tahap historiografi, hasil penelitian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif-analitis, bukan sekadar kronologi, melainkan

penjelasan kausal tentang perkembangan, dinamika, dan tantangan pedagang Minangkabau dalam jangka panjang. Penyajian dilakukan dengan menjaga etika penelitian, menghormati privasi narasumber, dan menghindari stereotip etnis. Dengan demikian, metode yang digunakan tidak hanya menghasilkan rekonstruksi sejarah, tetapi juga interpretasi ilmiah yang valid, kontekstual, dan relevan bagi pengembangan studi etnis, ekonomi, dan sejarah sosial Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertumbuhan Etnis Minangkabau Sebagai Pedagang di Pasar Tanah Abang Jakarta Pusat

Kemunculan pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang mengikuti pola yang serupa dengan pasar lain di Jakarta. Awalnya, mereka berdagang secara sederhana di depan toko milik pedagang Tionghoa atau Arab. Berkat kerja keras dan kemampuan beradaptasi, mereka perlahan mengumpulkan modal hingga mampu membuka kios sendiri. Sejak awal 1970-an, sudah tercatat keberadaan pedagang Minangkabau di trotoar sekitar Pasar Tanah Abang, fenomena yang juga terjadi di pasar-pasar lain seperti Pasar Rumpit, Bendungan Hilir, dan Blok M.

Tabel 3. Jumlah Pedagang Kaki lima Etnis Minangkabau di DKI Jakarta Tahun 1970

Kota	Lokasi	Jumlah
Jakarta Kota	Senen	288
	Tanah Abang	75
Jakarta utara	Tanjung Priok	100
	Kota	225
Jakarta Barat	Roxy dan Grogol	200
Jakarta Selatan	Bendungan Hilir	100
	Mayestik	100

Sumber: (Naim, 2013, hlm. 128)

Pada tahun 1970, terdapat 75 pedagang Minangkabau yang berdagang sebagai kaki lima di Pasar Tanah Abang—jumlah yang masih sedikit dibanding pasar lain di Jakarta. Namun, angka ini meningkat pesat setelah renovasi besar Pasar Tanah Abang pada tahun 1973. Renovasi ini dilakukan karena kondisi pasar sebelumnya dianggap tidak layak, kotor, dan semrawut, sehingga pemerintah membangunkannya kembali menjadi pasar modern dengan kapasitas lebih besar, menarik lebih banyak pedagang termasuk dari Minangkabau.

Sebelum renovasi, Pasar Tanah Abang hanya memiliki 489 kios, sehingga tidak mampu menampung pedagang yang terus bertambah. Setelah direnovasi, jumlah kios meningkat drastis menjadi 4.351, membuka peluang bagi pedagang baru, termasuk perantau Minangkabau, untuk bergabung dan mengembangkan usaha. Hal ini memicu lonjakan jumlah pedagang yang memadati kawasan pasar baru tersebut.

Tabel 4. Jumlah Pedagang di Pasar Tanah Abang 1976 sampai 1982

1976	1977	1978
1.522	2.363	2.312
1979	1980	1982
2.807	3.012	3.016

Sumber: (Pasar Tanah Abang 250 Tahun, 1982, hlm. 59)

Data dari Perumda Pasar Jaya menunjukkan bahwa setelah pembangunan gedung baru Pasar Tanah Abang, jumlah pedagang meningkat secara bertahap antara tahun 1976 hingga 1982. Pada 1978, 55% pedagang merupakan pribumi (1.271 orang) dan 45% non-pribumi (1.041 orang). Pada 1980, proporsi pedagang pribumi naik menjadi 58,9% (1.774 orang), sementara pedagang Tionghoa turun menjadi 35% (1.054 orang), dan sisanya 6,1% (120 orang) berasal dari etnis Arab dan lainnya.

Pertumbuhan pedagang pribumi, termasuk Minangkabau, secara bertahap menggeser

dominasi pedagang Tionghoa di Pasar Tanah Abang. Salah satu faktor utamanya adalah pemberlakuan program KIK (Kredit Investasi Kecil) dan KMKP (Kredit Modal Kerja Permanen), yang memberikan akses permodalan kepada pedagang pribumi. Program ini memungkinkan mereka bersaing dengan pedagang non-pribumi, seperti Tionghoa dan Arab, melalui bantuan kredit dari bank pelaksana seperti BNI 46, BRI, dan lainnya.

Selain bantuan kredit, sejumlah kebijakan juga diterapkan untuk membatasi pertumbuhan pedagang Tionghoa dan memprioritaskan pedagang pribumi. Dalam Laporan Direksi PD Pasar Jaya tahun 1982, disebutkan bahwa pedagang lemah diberi kemudahan cicilan jangka panjang dan sewa rendah, sementara kios baru diprioritaskan untuk pedagang pribumi. Instruksi Gubernur No. 1060/Inst/1980 bahkan melarang pengalihan kios dari pedagang pribumi ke non-pribumi. Kebijakan ini berdampak signifikan, di mana pada tahun 1982, 79% pedagang di pasar-pasar Jakarta, termasuk Pasar Tanah Abang, merupakan pribumi—termasuk etnis Minangkabau—dan hanya 21% non-pribumi. Akibatnya, dominasi pedagang pribumi, khususnya Minangkabau, semakin kuat di Pasar Tanah Abang.

Perkembangan Pasar Tanah Abang menjadi pusat perdagangan tekstil berdampak negatif bagi pedagang kambing, yang mayoritas berasal dari komunitas Arab dan Betawi. Mereka merasa terpinggirkan karena sering dipindah-pindahkan dan tidak diberi lokasi berdagang yang layak, meskipun kebutuhan kambing di Jakarta cukup tinggi, dengan transaksi harian mencapai 250 ekor (Kompas, 1 & 18 September 1975). Pedagang kambing akhirnya terpaksa berjualan di tempat seadanya seperti terminal atau dekat jembatan. Perlakuan ini terkait dengan upaya menjadikan Pasar Tanah Abang sebagai pasar tekstil modern yang dianggap tidak cocok disatukan dengan aktivitas jual-beli hewan.

Meskipun Kepala Pasar Tanah Abang, Hasan Basri, pernah menyatakan ingin mempertahankan pasar kambing demi menjaga

tradisi (Pos Kota, 3 Maret 1981), kenyataannya pasar kambing kurang mendapat perhatian dan hanya ditempatkan di area pinggir kali di belakang pasar. Keberadaannya pun semakin terpinggirkan dan hanya muncul pada momen tertentu seperti Idul Adha. Seiring dengan fokus menjadikan Pasar Tanah Abang sebagai pusat tekstil, pasar kambing akhirnya menghilang, dan pasar didominasi oleh pedagang tekstil seperti etnis Tionghoa, Minangkabau, dan lainnya sejak 1980 hingga kini.

Setelah tahun 1982, perkembangan jumlah perantau Minangkabau di Pasar Tanah Abang sulit dilacak karena kurangnya data resmi, terutama pada periode 1990 hingga 2000-an. Namun, berdasarkan laporan *Viva News & Insight* (6 Oktober 2009), pada tahun 2009 sekitar 85% dari total pedagang di Pasar Tanah Abang adalah perantau Minangkabau, diperkirakan berjumlah 6.800 orang. Dari total 7.833 kios di Blok A, sekitar 4.000 pedagang aktif, ditambah lebih dari 3.000 pedagang di Blok F. Data ini menunjukkan dominasi kuat etnis Minangkabau di pasar yang sebelumnya didominasi pedagang Tionghoa.

Dominasi pedagang Minangkabau membuat pedagang Tionghoa hampir seluruhnya berpindah ke ruko di sekitar Pasar Tanah Abang, seperti di Tanah Abang Bukit sebelah blok A. Pada tahun yang sama, pembangunan Pasar Tanah Abang blok B berlangsung dan selesai setahun kemudian. Pada 2016, pedagang Minangkabau mencapai hampir 80% dari total pedagang di seluruh blok Pasar Tanah Abang.

Tabel 5. Jumlah Pedagang Minangkabau di Setiap Unit Pasar Tanah Abang di Tahun 2016

Blok	Pedagang	Minang	%
A	4.290	3.265	76
B	4.354	3.467	80
F	3.607	2.986	83
Total	12.251	9.718	79

Sumber: PD Pasar Jaya 2016 (dalam Alfida, 2017, hlm.

54)

Pada tahun ini, perantau Minangkabau mendominasi Pasar Tanah Abang dengan

sekitar 80% atau 9.718 pedagang, belum termasuk pedagang kaki lima di sekitar pasar yang jumlahnya kemungkinan lebih besar. Dominasi ini hasil dari jaringan perdagangan kuat yang dibangun melalui semangat kewirausahaan dan solidaritas komunitas. Namun, pandemi Covid-19 pada 2020 berdampak besar pada perdagangan di pasar ini, menyebabkan penurunan pengunjung dan aktivitas, meski data pasti tentang penurunan jumlah pedagang tidak tersedia.

Peneliti merasakan penurunan jumlah pedagang di Pasar Tanah Abang saat penelitian Agustus 2024. Banyak kios tutup dan tidak beroperasi, terutama di lantai atas blok A yang sebagian besar kosong. Kios yang masih ramai berada di lantai bawah yang lebih strategis. Penurunan aktivitas juga terlihat di blok B dan paling parah di blok F, dengan banyak kios kosong dan tidak terurus.

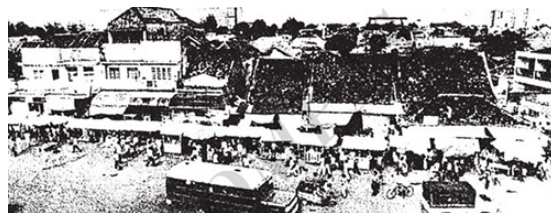
Membangun Usaha dan Strategi

Langkah awal membangun usaha di Pasar Tanah Abang bagi perantau Minangkabau adalah membuka lapak, biasanya sebagai pedagang kaki lima. Pilihan ini umum karena keterbatasan modal, sehingga mereka lebih memilih berjualan dengan modal kecil sebelum mampu menyewa atau membeli kios di pasar yang sangat kompetitif.

Menurut narasumber, menjadi pedagang kaki lima fokus pada penjualan tanpa memikirkan biaya kios, meski harus menghadapi masalah cuaca, penertiban, serta preman dan mafia lapak di Pasar Tanah Abang. Hampir semua narasumber pernah mengalami berjualan kaki lima, hanya berbeda pada status legalitas lapaknya.

Bapak Edison memulai usaha sebagai pedagang kaki lima di lokasi resmi yang disediakan pengelola Pasar Tanah Abang, tercatat di Kompas, 7 April 1980. Area pelataran utara Blok A yang awalnya dihuni sekitar 40 pedagang, sejak November 1979 dipagar dan diberi tenda *awning* untuk penataan dan keamanan. Dengan fasilitas ini, status pedagang kaki lima berubah dari liar menjadi resmi.

Kesepakatan antara pedagang dan Direksi PD Pasar Jaya tertuang dalam Surat Keputusan No. 400/PJ/1980, yang mewajibkan pedagang membayar kontrak dua tahun sebesar Rp12 juta, dibagi rata Rp300.000 per pedagang. Setelah pembayaran, pembangunan tenda dilakukan mandiri tanpa biaya sewa tambahan kecuali Iuran Pemeliharaan Pasar (IPP). Tenda *awning* ini menjadi solusi terjangkau bagi pedagang kecil dibandingkan sewa kios yang bisa mencapai jutaan rupiah per bulan.



Gambar 1. Bentuk los *awning* di sekitar Jl. H. Fachrudin Pasar Tanah Abang tahun 1980

Sumber: Kompas, 21 September 1978

Selain tenda kaki lima, pedagang Minangkabau juga menggunakan mobil pick-up kecil sebagai lapak jualan. Ibu Destrianti (wawancara, 7 Agustus 2024) memulai usaha bersama orang tuanya dengan cara ini, yang memberi fleksibilitas dan biaya lebih rendah dibanding sewa toko. Mereka hanya membayar retribusi parkir sekitar Rp100 per jam kepada pengelola atau pengamanan pasar.

Keberadaan pedagang kaki lima sering menghadapi penertiban pemerintah daerah di Pasar Tanah Abang. Pada 1977, pedagang hanya boleh berdagang di tenda resmi dengan biaya sewa Rp75.000 untuk empat bulan. Pedagang ilegal harus bersembunyi dari petugas, dan jika tertangkap, mereka akan diangkut ke truk (Kompas, 7 April 1977).

Menjadi pedagang kaki lima ilegal penuh tantangan hukum dan sosial. Pada 1983, 39 pedagang ditangkap dan ditahan karena melanggar peraturan daerah terkait ketertiban umum (Kompas, 27 Juni 1983). Sebagian besar pedagang yang ditertibkan adalah pendatang baru dari Sumatera Barat dan Palembang. Walikota Jakarta Pusat, Soeminto, menyatakan pedagang musiman dari luar daerah lebih sulit

diajak kerja sama dibanding pedagang lokal yang sudah menetap.



Gambar 2. Kawasan Pasar Tanah Abang dipenuhi pedagang kaki lima musiman pada bulan puasa

Sumber: *Perpustakaan Nasional 47879/PN/Photo/2006*

Untuk mendapatkan barang dagangan, pedagang kaki lima biasanya membeli dari pedagang besar atau produsen luar daerah. Mereka menjalin kerja sama dengan pedagang senior dari berbagai etnis, yang dikenal sebagai hubungan induk semang-anak semang, yaitu hubungan majikan dengan bukan keluarga, yang umum di kalangan pedagang kaki lima.

Bagi para pedagang Minangkabau yang bermitra dengan pedagang Tionghoa, biasanya mereka memanggilnya dengan sebutan cukong atau tauke. Sebutan tersebut berasal dari bahasa Hokkien yang lazim dilafalkan oleh pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang. Sebutan cukong merujuk pada bos atau majikan, serupa dengan tauke yaitu majikan yang mempunyai perusahaan dagang. Namun, hubungan mereka biasanya hanya sebagai mitra dagang, bukan majikan-bawahan, karena pedagang kaki lima Minangkabau umumnya tidak suka bekerja di bawah pedagang besar, baik Tionghoa, Arab, maupun sesama Minangkabau.

Pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang tidak hanya membeli dari grosir besar di pasar, tetapi juga langsung dari produsen tekstil luar kota, terutama Bandung. Bapak Edison memulai usaha dengan modal Rp500.000 dari hasil jual toko di kampung, membeli 100 kg barang dari Bandung termasuk ongkos kirim. Pedagang besar biasanya membeli dengan sistem kredit tempo bulanan, sementara

pedagang kecil hanya mampu membeli tunai sesuai kemampuan finansial mereka.

Pedagang yang memiliki modal bisa menyewa atau membeli kios, serta mengajukan KIK dan KMKP untuk modal usaha. Harga kios bervariasi, misalnya pada 1975 kios 2x2 meter sekitar Rp525.000–600.000 per tahun, kios besar bisa mencapai Rp1 juta, dengan cicilan selama 19 bulan. Pada 1980 harga kios di lantai dasar Blok B naik sekitar Rp5 juta, dan pada 1988 harga kios 2x2 meter mencapai Rp50 juta jika dibeli langsung.

Menurut Syaiful (2000), harga kios 2x3 meter di Blok A Pasar Tanah Abang sekitar Rp 2 juta per tahun. Edison menyebutkan pada 2005 harga sewa kios mencapai Rp 600 ribu per bulan atau Rp 7,2 juta per tahun. Harga sewa tertinggi terjadi pada 2010, yakni Rp 200–250 juta per tahun untuk kios 2x2 meter di Blok A dan B. Para pedagang bisa mendapatkan kios resmi melalui pembayaran langsung, kredit, atau undian. Pada 1980, undian kios diikuti 559 pedagang, mayoritas pribumi. Setelah memiliki kios permanen, pedagang berani memperbesar skala usaha dan mengambil risiko pembayaran hutang tempo.

Pada awal 1970an, pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang menggunakan strategi promosi tradisional dan agresif, seperti obral dan berjualan di kaki lima dengan lampu petromax dan kotak sabun. Mereka menarik perhatian pembeli dengan berteriak dan menggebrak kotak dagangan. Jambri Guswak juga menceritakan cara berjualan yang penuh semangat tersebut saat menjadi pedagang kaki lima. Syaiful, yang memiliki dua kios permanen di Blok F dan Blok A, lebih mengutamakan Blok A karena lokasinya strategis dan ramai pengunjung. Menjelang hari besar seperti Lebaran, ia menggelar obral besar tas anak sekolah di Blok A untuk menarik pembeli dan pedagang kaki lima musiman.

Meski kampanye obral gencar, banyak harga justru naik sekitar Rp 25–50. Kenaikan terjadi pada produk biasa dan bermerek, seperti celana pria Fematex dari Rp 750 menjadi Rp 800, serta kain batik yang melonjak dari Rp 5.000–6.000

menjadi Rp 7.500 pada Oktober 1972. Para pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang selalu menyesuaikan jenis dagangan dengan perkembangan selera pasar. Misalnya pada tahun 1981, mereka banyak menjual kaos warna-warni unisex dengan motif “disko” yang sedang tren dan diminati oleh berbagai usia dan daerah (Kompas, 27 Juli 1982).

Para pedagang Minangkabau harus memperhatikan kenaikan harga barang dagangan, seperti kaos yang pada 1981 dijual grosir Rp 12.000–15.000 per lusin, atau sekitar Rp 1.200 per potong, namun harga di toko bisa naik hingga Rp 3.000–10.000 per potong (Kompas, 27 Juli 1981). Selain itu, celana jeans model “baggy” juga populer di kalangan remaja pria, menunjukkan pengaruh mode pada pilihan barang dagangan di Pasar Tanah Abang.

Pada tahun 1987, teknik jualan bahan tekstil mulai berubah, dari pengukuran panjang meter menjadi berdasarkan berat kilogram, misalnya 1 kg katun sekitar 6 meter. Harga tekstil bervariasi, seperti celana pria Rp 5.000/kg dan georgette Rp 10.000/kg (Kompas, 5 April 1987). Penjualan berdasarkan berat ini memudahkan pedagang menjangkau berbagai pembeli dan mempercepat perputaran barang. Bapak Edison juga pernah menjual kain berdasarkan berat saat awal berdagang.

Kartu nama berisi nama toko, pemilik, lokasi, dan kontak, serta dibagikan kepada pembeli agar mereka kembali berbelanja di kios tersebut.

Kartu nama pedagang sebelum dan setelah 2010 berbeda dengan penambahan media sosial seperti *WhatsApp* dan *Instagram*, mencerminkan adaptasi terhadap teknologi modern seperti ponsel pintar dan internet. Selain itu, nomor rekening juga dicantumkan untuk memudahkan pembayaran transfer, sehingga transaksi besar lebih praktis dan komunikasi antara penjual dan pembeli bisa dilakukan tanpa harus datang langsung ke pasar.

Sejak 2020, khususnya pasca pandemi, banyak pedagang mulai beralih ke platform online dan membuka kios virtual di marketplace untuk menjangkau pasar lebih luas tanpa perlu lapak fisik. Usaha online ini lebih banyak dijalankan oleh pedagang muda karena mereka lebih mahir dalam penggunaan teknologi. Selain marketplace, banyak pedagang memanfaatkan TikTok sebagai *platform* bisnis melalui fitur Live Selling yang interaktif. Meski sempat diblokir pada Juni 2023, TikTok kembali beroperasi setelah memenuhi syarat. Penjualan online, termasuk lewat TikTok, menyumbang 40–50% omzet pedagang, yang bisa mencapai Rp50 juta per bulan (Azhari, 2023), sehingga banyak pedagang mulai beralih ke penjualan online sambil tetap menjalankan toko fisik.



Gambar 3. Kartu nama kios dagangan tahun 1980an (kiri) dan tahun 2010an (kanan)

Sumber: (*Pasar Tanah Abang 250 Tahun*, 1982, hlm. 106)

& dokumentasi pribadi

Sejak renovasi Pasar Tanah Abang tahun 1975, pedagang mulai menggunakan kartu nama kios untuk memperluas jaringan dan memudahkan pembeli mengenali lokasi usaha.

Stagnasi dalam Berdagang

Keterbatasan pengembangan usaha pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang dipengaruhi oleh latar belakang sosial budaya mereka sebagai perantau. Menurut teori dualisme ekonomi J.H. Boeke, mereka berada dalam sistem ekonomi tradisional yang stagnan karena keterbatasan modal, teknologi, dan dominasi nilai sosial seperti gengsi dan stabilitas, bukan profit maksimal. Pola pikir ini tercermin dalam orientasi ekonomi sebagian besar pedagang Minangkabau.

Berdasarkan pengalaman Bapak Edison, ia memulai usaha dagang di tahun 1980-

an dengan modal sekitar Rp. 1.000.000, setengahnya digunakan untuk membeli barang dagangan, yang berasal dari penjualan kios di kampung. Perantau Minangkabau umumnya mengorbankan harta di kampung sebagai modal awal, namun tetap memulai sebagai pedagang kaki lima sebelum memiliki kios permanen. Selain keterbatasan modal, mayoritas perantau memiliki tingkat pendidikan rendah, umumnya hanya lulusan SD hingga STM, seperti Jambri Guswak, Edison, dan Syaiful, yang terjun berdagang karena keterbatasan ekonomi dan kurangnya peluang kerja.

Selain keterbatasan modal dan pendidikan, tujuan berdagang para perantau Minangkabau juga menjadi faktor penghambat perkembangan usaha. Umumnya, motivasi mereka adalah memperbaiki kondisi ekonomi keluarga dan meningkatkan status sosial di kampung halaman, bukan untuk meraih keuntungan maksimal. Hal ini sejalan dengan pandangan Boeke tentang masyarakat tradisional yang berorientasi pada ekonomi subsisten, bukan ekspansi usaha atau efisiensi.

Pencapaian para narasumber menunjukkan bahwa kesuksesan berdagang bagi mereka bersifat fungsional dan terbatas, seperti memiliki rumah, menunaikan ibadah haji, serta menyekolahkan anak hingga jenjang tinggi. Misalnya, Syaiful telah menyekolahkan anak-anaknya dan menunaikan haji, sementara anak Jambri Guswak bahkan menjadi Wali Nagari. Namun, anak-anak mereka umumnya tidak melanjutkan usaha orang tuanya. Para narasumber membebaskan anak-anak memilih jalan hidupnya, dan menganggap capaian tersebut sudah cukup sebagai bentuk kesuksesan. Hal ini sejalan dengan pandangan Boeke tentang masyarakat tradisional yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan keluarga, bukan ekspansi usaha.

Perantau Minangkabau di Pasar Tanah Abang dapat dikategorikan sebagai pedagang kecil atau lemah karena keterbatasan modal saat memulai usaha. Dalam kerangka ekonomi dualistik, Djojohadikusumo menjelaskan bahwa stagnasi ekonomi disebabkan minimnya akses terhadap

modal dan infrastruktur. Meskipun sejak 1975 pemerintah telah membantu melalui program KIK, KMKP, dan kebijakan prioritas kios bagi pribumi, termasuk Minangkabau, hambatan struktural tetap menjadi penyebab lambatnya perkembangan atau bahkan kemunduran pedagang Minangkabau hingga kini.

Masalah utama yang menghambat perkembangan pedagang Minangkabau adalah keterbatasan modal dan beban sistem kredit bank. Menurut Prajogo Wirhad, Direktur Utama Askrindo, dalam ceramah tahun 1973, ada lima faktor yang menyebabkan kemunduran pengusaha kecil: kurang modal, persaingan tinggi, sulitnya prosedur kredit, bunga pinjaman yang tinggi, dan ketidakstabilan peraturan pemerintah (Kompas, 8 Desember 1973), sebagaimana dikutip dari Drs. Dahlan Talim (LMFEUI).

Prajogo menjelaskan bahwa untuk mendapatkan kredit bank, pengusaha harus memenuhi prinsip 5C: *Character, Capacity, Capital, Condition*, dan *Collateral*. Namun, banyak pedagang Minangkabau berasal dari golongan ekonomi menengah ke bawah, sehingga kesulitan memenuhi syarat tersebut. Meski ada bantuan KIK dan KMKP, menurut Suhadi (Direktur Utama PD Pasar Jaya), dana itu tetap belum mencukupi karena tingginya biaya hidup dan operasional (Kompas, 7 Juni 1975).

Meski ada upaya membantu pedagang kecil, PD Pasar Jaya lebih fokus pada keuntungan komersial dari kenaikan harga kios. Pada 1988, mereka membangun kios baru di berbagai lokasi, termasuk meratakan bangunan lama dan menggusur pasar kambing, meskipun melanggar aturan GSB. Akibatnya, meski jumlah pedagang bertambah, kesejahteraan dan kenyamanan pedagang lama, termasuk pedagang Minangkabau, justru terabaikan (Kompas, 13 Januari 1988).

Pada tahun 1973, Prajogo Wirhad menjelaskan bahwa pedagang rentan bangkrut akibat ketergantungan pada sistem utang tempo dan pinjaman bank, yang diperparah oleh lemahnya manajemen keuangan serta

peristiwa tak terduga seperti kebakaran dan krisis ekonomi. Misalnya, kebakaran besar Pasar Tanah Abang pada 1978 dan 2003 menyebabkan kerugian besar bagi pedagang Minangkabau, terutama karena banyak barang dagangan yang diperoleh dengan sistem utang tempo hangus terbakar. Salah satu korban pada 2003, Heni, harus meninggalkan barang dagangannya berupa kain senilai jutaan rupiah, sementara ia masih menyewa kios dengan harga Rp 60 juta per tahun (Kompas, 20 Februari 2003).



Gambar 4. Kebakaran Pasar Tanah Abang tahun 2003

Sumber: Alamy

Kebakaran di Pasar Tanah Abang menyebabkan sekitar 1,3 juta orang kehilangan pekerjaan, termasuk pedagang, buruh pikul, karyawan toko, penjahit, dan pekerja angkut barang. Pengelola PD Pasar Jaya dianggap lamban menyediakan tempat penampungan sementara bagi para pedagang (Kompas, 22 Februari 2003). Kebakaran ini menghancurkan 3.000–3.500 kios dengan kerugian total diperkirakan mencapai Rp 4 triliun, termasuk nilai barang senilai Rp 750 miliar, menurut pedagang Ahmad Yani.

Pandemi Covid-19 yang terjadi sekitar lima tahun lalu memberikan dampak jangka panjang bagi pedagang Pasar Tanah Abang. Sebelum pandemi, mereka masih mampu mengelola utang lewat pendapatan harian. Namun saat aktivitas perdagangan dihentikan, banyak pedagang kehilangan sumber pendapatan dan gagal melunasi utang kepada produsen dan bank karena tidak memiliki cadangan untuk menghadapi krisis tersebut.

Menurut Suherman, sebelum pandemi Covid-19 ia bisa meraih keuntungan harian hingga Rp 20 juta. Namun saat PSBB diterapkan dan Pasar Tanah Abang ditutup, aktivitas perdagangan berhenti, menyebabkan kerugian besar dan banyak pedagang terpaksa menutup usaha.

Meskipun PD Pasar Jaya memberikan program relaksasi tanpa biaya *service-charge* dan sewa selama penutupan Pasar Tanah Abang, beban utang pedagang tetap berat. Pasca pandemi, pengunjung pasar masih jauh berkurang. Menurut Edi Yosmardi, kebangkrutan pedagang Minangkabau juga disebabkan minimnya sosialisasi dan pendampingan dari pengelola maupun pemerintah, serta kurangnya strategi untuk menarik kembali pengunjung, sehingga aktivitas dagang tetap lesu.

Salah satu hambatan perkembangan pedagang Minangkabau adalah rendahnya kemampuan memanfaatkan teknologi dalam usaha. Menurut Hla Myint (1964), kesenjangan ekonomi tradisional dan modern juga dipengaruhi oleh ketimpangan teknologi. Sebagian besar pedagang masih mengandalkan kios fisik dan kehadiran konsumen langsung, baru mulai beradaptasi dengan teknologi digital saat pandemi Covid-19 memaksa mereka mencari cara berdagang alternatif.

Ketua Umum Akumindo, Muhammad Ikhsan Ingratubun, menyatakan pandemi mendorong peningkatan pelaku UMKM yang berjualan online (Kompas, 15 Juni 2020). Penutupan pasar karena pembatasan sosial memperkuat tren ini, sehingga pedagang Minangkabau mulai beralih ke perdagangan daring, memanfaatkan media sosial seperti Facebook. Andri dan Edward menyebut banyak pedagang, terutama generasi muda, aktif mengembangkan usaha melalui *platform* digital.

Meski beberapa pedagang Minangkabau berusaha beradaptasi dengan jualan online lewat TikTok dan *marketplace*, tidak semua bisa bertahan karena keterbatasan pengetahuan

teknologi, terutama pedagang lanjut usia. Syaiful sempat mencoba jual tas online, tapi gagal karena kesulitan mengelola teknologi dan akhirnya kembali berdagang konvensional.

Suherman menyatakan bahwa pelaku usaha daring pedagang Minangkabau mayoritas generasi muda yang melek teknologi. Saat ini, perdagangan mereka terbagi menjadi dua: yang tetap menggunakan kios fisik secara konvensional, dan yang menjalankan usaha hybrid dengan kombinasi jualan langsung dan daring melalui TikTok, marketplace, dan media sosial.

Analisa Eksistensi Pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dominasi pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang tidak dapat dilepaskan dari budaya merantau dan jaringan sosial etnis. Temuan ini sejalan dengan teori migrasi sirkular dan diaspora ekonomi yang menyatakan bahwa mobilitas etnis Minangkabau bukan hanya perpindahan fisik, tetapi strategi sosial-budaya untuk meningkatkan kesejahteraan (Naim, 2013; Kato, 2005). Jaringan kekerabatan dan solidaritas sesuku (modal sosial) menjadi modal awal yang memudahkan akses informasi usaha, modal, dan perlindungan di lingkungan pasar yang kompetitif (Light & Gold, 2000). Namun, penelitian ini menemukan bahwa meskipun jaringan sosial kuat, pengelolaan modal ekonomi sering bersifat jangka pendek dan tidak diarahkan pada ekspansi struktural usaha.

Fenomena ini mengonfirmasi teori ekonomi dualistik Boeke (1953) yang menyatakan bahwa pelaku ekonomi tradisional cenderung mengejar kestabilan dan kebutuhan keluarga, bukan akumulasi modal jangka panjang. Pedagang Minangkabau lebih menekankan pencapaian sosial seperti membangun rumah, menyekolahkan anak, dan menunaikan ibadah daripada memperbesar usaha menjadi korporasi. Temuan ini berbeda dengan pengalaman pedagang Tionghoa yang menerapkan sistem bisnis berbasis generasi

dan manajemen modern (Waldinger, 1986). Oleh karena itu, penelitian ini memperjelas bahwa dominasi jumlah tidak selalu berarti dominasi struktural.

Selain faktor kultural, kebijakan negara pada 1970–1980-an seperti KIK, KMKP, dan prioritas kios pribumi menjadi faktor eksternal yang mempercepat mobilitas pedagang Minangkabau. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa kebijakan tersebut tidak disertai program pendampingan manajemen usaha, sehingga hanya efektif sebagai stimulan, bukan transformasi ekonomi jangka panjang. Temuan ini memperluas kajian kewirausahaan etnis yang selama ini lebih menekankan pada modal sosial, tetapi belum banyak mengkaji kegagalan struktural dalam skala pasar besar.

Pembahasan ini juga menyoroti era digital sebagai fase baru perdagangan. Generasi pedagang muda Minangkabau mulai beralih ke *marketplace* dan *live selling* (TikTok, Shopee), yang memungkinkan ekspansi pasar tanpa batas ruang. Pola ini menunjukkan pergeseran paradigma dari kewirausahaan tradisional ke hibrida digital. Namun, generasi tua mengalami kesulitan adaptasi karena keterbatasan literasi teknologi. Temuan ini memperkaya wacana transformasi pasar tradisional yang belum banyak dikaji dalam konteks etnisitas di Indonesia.

Penelitian ini memiliki nilai penting karena menjembatani tiga ranah sekaligus: sejarah migrasi, dinamika pasar modern, dan kewirausahaan etnis. Dengan demikian, penelitian ini bukan sekadar dokumentasi historis, tetapi menawarkan model analisis lintas-disiplin yang dapat dijadikan dasar untuk kebijakan pemberdayaan UMKM berbasis etnik, pembelajaran sejarah ekonomi, dan penguatan identitas budaya di ruang urban.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa dominasi pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang merupakan hasil dari proses sejarah yang panjang, dipengaruhi oleh faktor migrasi, kebijakan negara, dan adaptasi

terhadap dinamika pasar. Migrasi sejak 1970-an, program KIK dan KMKP, serta kebijakan prioritas kios untuk pribumi mempercepat mobilitas ekonomi mereka. Transformasi Pasar Tanah Abang menjadi pusat tekstil sejak 1980 semakin membuka peluang, sehingga pedagang Minangkabau mampu membangun jaringan distribusi dan memperkuat posisi sosial-ekonomi.

Namun, perkembangan mereka tidak bersifat linear. Pada tahap awal, sebagian besar pedagang memulai dari sektor informal sebagai pedagang kaki lima, menghadapi persaingan keras, pungutan liar, dan keterbatasan modal. Adaptasi dilakukan melalui strategi bertahan hidup, fleksibilitas usaha, serta pemanfaatan jaringan “induk semang”. Setelah memperoleh kios permanen, bentuk promosi dan manajemen usaha mulai berkembang mengikuti perubahan zaman, termasuk penggunaan media digital dan marketplace terutama setelah pandemi.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat teori ekonomi dualistik Boeke yang menjelaskan bahwa pelaku ekonomi tradisional lebih berorientasi pada kebutuhan subsisten daripada ekspansi kapital. Hasil penelitian juga memperdalam kajian kewirausahaan etnis dengan menunjukkan bahwa modal sosial (*trust*, jaringan sesuku, induk semang) efektif untuk mobilitas awal, tetapi tidak cukup untuk membangun kekuatan ekonomi struktural jangka panjang tanpa modal finansial dan manajemen modern. Temuan ini memberikan perspektif baru bahwa dominasi etnis dalam suatu pasar tidak selalu menghasilkan hegemoni ekonomi, sehingga membuka ruang kajian transdisipliner sejarah ekonomi, migrasi, dan sosiologi perdagangan.

Secara praktis, pedagang Minangkabau menunjukkan kemampuan bertahan tinggi (*resilience*) melalui adaptasi lingkungan, fleksibilitas model usaha, dan inovasi promosi dari cara konvensional hingga digital. Namun, keberlanjutan usaha membutuhkan strategi penguatan modal, literasi keuangan, transformasi digital, dan regenerasi pelaku usaha. Pemerintah dan pengelola pasar

perlu menyediakan pelatihan bisnis, akses pembiayaan, dan pendampingan teknologi agar pedagang lokal tidak tertinggal dalam persaingan dengan pelaku usaha modern. Selain itu, dokumentasi sejarah pedagang Minangkabau dapat dijadikan sumber pembelajaran ekonomi dan sejarah lokal di sekolah maupun universitas.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk:

1. Menganalisis perbedaan strategi usaha antar generasi pedagang Minangkabau (tua vs muda).
2. Mengkaji peran digitalisasi dan *e-commerce* dalam mobilitas ekonomi pedagang.
3. Membandingkan pedagang Minangkabau dengan etnis lain (Tionghoa, Jawa, Betawi) untuk memahami variasi model usaha.
4. Menganalisis peran organisasi kedaerahan dan komunitas pedagang dalam mendukung transformasi usaha.
5. Mengembangkan model pemberdayaan UMKM berbasis etnik dan kearifan lokal.

Secara kebijakan, dibutuhkan kolaborasi antara pemerintah, pengelola pasar, lembaga keuangan, dan komunitas pedagang untuk menciptakan ekosistem perdagangan yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan. Dengan demikian, pedagang Minangkabau di Pasar Tanah Abang memiliki potensi besar untuk berkembang lebih jauh, tetapi membutuhkan transformasi struktural, inovasi digital, dan penguatan kapasitas agar dominasi historis mereka dapat berkembang menjadi kekuatan ekonomi strategis di masa depan.

REFERENSI

- Abdurrahman, D. (2007). *Metodologi penelitian sejarah*. Ar-Ruzz Media.
- Abdurrahman, D. (2011). *Metodologi penelitian sejarah islam*. Penerbit Ombak.
- Aryasahab, D. F. (2023). Sejarah PRRI/Permesta: Awal mula munculnya otonomi daerah secara menyeluruh di Sumatera Barat. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 8(1), 37-44. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis/article/view/12483>.

- Asnia, A., & Ningsih, T. W. R. (2023). Etnis Tionghoa di Indonesia dalam pandangan sejarah (studi representasi pada buku teks pelajaran sejarah Indonesia SMA Kurikulum 2013). *Historia: Jurnal Pendidik dan Peneliti Sejarah*, 6(2), 193–204.
- Boeke, J. H. (1953). *Economics and economy policy of dual societies: as exemplified by Indonesia*. Haarlem: H.D. Tjeenk Willink N. V.
- Blackburnm S. (2012). *Jakarta: Sejarah 400 tahun*. Jakarta: Masup.
- Booth, A. (2016). *Economic change in modern Indonesia: Colonial and post-colonial comparisons*. Cambridge University Press.
- Geertz, C. (1978). The bazaar economy: Information and search in peasant marketing. *American Economic Review*, 68(2), 28–32.
- Gottschalk, L. (1986). *Mengerti sejarah* (terj. Nugroho Notosusanto). UI Press.
- Grim, J., & Wells, R. (2019). Informaleconomies and urban inequality in Southeast Asia. *Urban Studies*, 56(3), 524–540. <https://doi.org/10.1177/0042098018778892>
- Herlina, N. (2020). *Metode sejarah*. Satya Historika.
- Kato, T. (1982). *Matriliny and migration: Evolving Minangkabau traditions in Indonesia*. New York: Cornell University Press.
- Kato, T. (2005). *Adat Minangkabau dan merantau dalam perspektif sejarah*. Balai Pustaka.
- Kuntowijoyo. (2003). *Metodologi sejarah*. Tiara Wacana.
- Liani, I. F. A., Fadilla, F. A., & Danugroho, A. (2021). Asal muasal Wong Jonegoro: Tinjauan historis hubungan Wong Kalang dan masyarakat Samin Bojonegoro. *Historia: Jurnal Pendidik dan Peneliti Sejarah*, 4(2), 131–142. <https://doi.org/10.17509/historia.v4i1.29311>
- Light, I., & Gold, S. J. (2000). *Ethnic economies*. Academic Press.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage.
- Maruyama, M., & Trung, L. V. (2010). Modern retail development in emerging markets: Retailer behavior and market competition. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17(2), 125–134. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2009.11.004>
- Naim, M. (2013). *Merantau pola migrasi suku Minangkabau*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- PD Pasar Jaya. (2016). *Laporan data pedagang Pasar Tanah Abang*. Jakarta.
- Portes, A., & Zhou, M. (1993). The new second generation: Segmented assimilation and its variants. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 530(1), 74–96. <https://doi.org/10.1177/0002716293530001006>
- Rahmayanty, D., Wulandari, N., Pratama, M. R., & Putri, N. (2023). Ketidaksetaraan gender dalam sistem patrilineal. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(5), 6513–6522.
- Saripudin, D., Yulifar, L., Fauzi, W. I., & Anggraini, D. N. (2022). Pemanfaatan dan penggunaan e-book interaktif sejarah lokal Jawa Barat bagi guru-guru SMA/ SMK melalui in/on training. *Historia: Jurnal Pendidik dan Peneliti Sejarah*, 5(2), 137–146. <https://doi.org/10.17509/historia.v5i2.4015>
- Sjamsuddin, H. (2012). *Metodologi sejarah*. Penerbit Ombak.
- Tanpa Nama. (1982). *Pasar Tanah Abang 250 tahun*. Pasar Pusat Tanah Abang.
- Tosh, J. (2015). *The pursuit of history: Aims, methods and new directions in the study of history* (6th ed.). Routledge.
- Umarak, S., & Hardi, E. (2023). Pengungsian paseian rumah sakit jiwa HB Saanin Padang ke Sawhlunto masa peran kemerdekaan. *Jurnal Kronologi*, 5(2), 1–7. <https://doi.org/10.24036/jk.v5i2.721>
- Waldinger, R. (1986). Immigration and urban change. *Annual Review of Sociology*, 12(1), 211–232.

- Waldinger, R., Aldrich, H., & Ward, R. (1990). *Ethnic entrepreneurs: Immigrant business in industrial societies*. Sage.
- Yanti, W. (2014). Memahami peranan perempuan suku Minang perantauan dalam menjaga dan meneruskan komunikasi budaya matrilineal. *The Massenger*, 14(2), 29-36.
- .