

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERTAHANAN
PEDAGANG PASAR ACEH SHOPPING CENTER BANDA ACEH
DI ERA EKONOMI DIGITAL”**

Zenitha Maulida¹, Dewi Rosa Indah², T. Andi Roza³

^{1,34}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang Banda Aceh

². Universitas Samudra Langsa

**corresponding author:*

andi@stiesabang.ac.id

Abstract

This research was conducted to determine the factors that make the Aceh Shopping Center Market entrepreneurs survive in Banda Aceh in the digital economy era. The location of this research was the Aceh Shopping Center Market in Banda Aceh, while the object of this research was the Survival Factors of Aceh Shopping Center market entrepreneurs in Banda Aceh. The sample used in this research was 100 Aceh Shopping Center market traders. Based on the results of the analysis, there are factors that influence the survival of traders at the Aceh Shopping Center Market, the first factor is internal factors, namely the availability of business capital, business location and business turnover and the second is external factors, namely the existence of competitors, levies and consumer purchasing power. Of the internal factors, the most dominant is the business location factor and of the external factors the most dominant is consumer purchasing power. These two most dominant factors are factors that have quite a big influence on the survival of the Aceh Shopping Center Market traders in Banda Aceh.

Keywords: Survival, Traders, Markets.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat bertahannya pengusaha Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh di era ekonomi digital. Lokasi penelitian ini dilakukan Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh, sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah Faktor-Faktor Kebertahanan pengusaha pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang pedagang pasar Aceh Shopping Centre. Berdasarkan hasil analisis terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan pedagang di Pasar Aceh Shopping Centre, faktor pertama adalah faktor internal yaitu ketersediaan modal usaha, lokasi usaha dan omzet usaha dan kedua adalah faktor eksternal yaitu keberadaan pesaing, retribusi dan daya beli konsumen. Dari faktor internal yang paling dominan adalah faktor lokasi usaha dan dari faktor eksternal yang paling dominan adalah daya beli konsumen. Kedua faktor yang paling dominan ini adalah faktor yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap keberlanjutan para pedagang Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh.

Kata Kunci: Kebertahanan, Pedagang dan Pasar.



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). CC-BY license
E-ISSN: 2598-3008, P-ISSN:2355-0465 DOI: 10.36083/si-men.v14i2

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan globalisasi, kondisi sosial ekonomi masyarakat terus mengalami pertumbuhan dan perubahan, baik dari pola kebutuhan, keinginan dan permintaan

masyarakat. Pola perubahan tersebut dimulai dari perubahan kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Salah satu cara memenuhi kebutuhan primer, sekunder dan tersier tersebut adalah dengan tersedianya pasar sebagai tempat dan sarana pemenuhan kebutuhan tersebut.

Perkembangan pasar dewasa ini digalakkan dengan pesat. Hal ini dilakukan agar perekonomian masyarakatnya mengalami pertumbuhan yang cepat. Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah setempat memberikan perhatian khusus terhadap percepatan pertumbuhan perekonomian masyarakat khususnya masyarakat Aceh pasca tsunami dengan membangun dan merahabilitasi serta merivitalisasi infrastruktur pasar yang hancur di terjang tsunami 14 tahun silam. Hal ini diwujudkan dengan membangun Pasar Aceh lama menjadi Pasar Atjeh baru dengan dua tahap. Tahap pertama dibangun dengan sumber dana bantuan JICS, Jepang senilai 43 Miliar dan tahap kedua dibangun melalui tiga sumber pembiayaan yaitu APBN senilai Rp. 71,9 Miliar, pinjaman dari Bank Dunia 4 Miliar dan sumber APBD sebesar Rp 2,3 Miliar sehingga totalnya menjadi Rp. 120,2 Miliar (sumber : www.aceh.tribunnews.com).

Dengan berkembangnya pasar dewasa ini yang sangatlah pesat, tersedialah berbagai jenis pasar dimulai dengan adanya pasar tradisional hingga pasar modern dan di era ekonomi digital seperti saat ini tersedia pasar yang tak kalah populernya yaitu pasar online yang tidak mengharuskan konsumen dan pelanggan bersusah payah berkunjung ke outlet atau toko untuk melihat langsung produk yang dibutuhkan dan diinginkan. Kini, Pasar tradisional harus siap tempur dalam gempuran pasar online di era ekonomi digital, karena pola berbelanja masyarakat sudah mulai bergeser, dari yang sebelumnya lebih cenderung berkunjung langsung ke tempat pasar sekarang dengan adanya kemajuan teknologi, pasar ibarat dalam genggam tangan saja.

Oleh karena itu pasar modern seperti Pasar Aceh Shopping Centre selalu berupaya meningkatkan berbagai fasilitas dari berbagai sisi untuk dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan konsumen saat berbelanja. Pasar Aceh Shopping Centre juga menawarkan berbagai pilihan dengan harga yang terjangkau agar dapat menarik konsumen untuk tetap melakukan keputusan pembelian di pasar tersebut.

Pasar Aceh Shopping Centre merupakan pusat perbelanjaan tradisional satu-satunya yang terbesar di Kota Banda Aceh dan terbilang cukup megah. Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh diresmikan oleh Menteri Perdagangan Indonesia Gita Wirjawan pada tanggal 16 Juli 2013. Pembangunan Pasar Aceh Shopping Centre ini merupakan bantuan untuk revitalisasi pasar tradisional di Aceh yang rusak dan hancur akibat bencana telah dilakukan sejak tahun 2011 sampai 2013, jumlahnya sudah mencapai 161 unit, dengan nilai bantuan mencapai Rp 221 miliar, termasuk Pasar Aceh. Hal ini berarti perhatian Pemerintah Pusat terhadap percepatan pertumbuhan perekonomian masyarakatnya pasca bencana tsunami dan perdamaian cukup besar. Lokasi Pasar Aceh sangat strategis karena terletak di jantung Kota Banda Aceh. Pasar Aceh sudah ada sejak masa (Sultan) Iskandar Muda, Pasar Aceh juga menjadi simbol politik pada masa lalu. Selain itu, Pasar Aceh II layaknya pasar modern, fasilitas berjualan di Pasar Aceh Tahap II ini juga dibangun dengan konsep masa kini. Pasar Aceh ini juga akan dilengkapi dengan super market, pusat jajanan, pusat permainan anak, mushalla, dan ruang pertemuan. Dengan fasilitas yang telah lebih mapan ini, pedagang Pasar Aceh diminta untuk mematuhi semua ketentuan-ketentuan yang telah diatur dalam penertiban dan pengelolaan pasar. Ada dua hal yang menarik dari pembangunan Pasar Aceh ini, yang pertama adalah bangunan pasar ini bukan di atas tanah kosong milik Pemerintah Kota Banda Aceh secara penuh, akan tetapi di atas tanah milik masyarakat, pribadi, keluarga, tanah waqaf dan sebahagian milik Pemerintah Kota dengan sistem konsolidasi lahan. Kedua, Pemko telah mengesahkan pengelolaan pasar ini dengan sistem Badan Layanan Umum Daerah.

Ditengah gempuran usaha online yang sedang merebak di era digital seperti sekarang ini, ternyata masih banyak usaha-usaha yang ada didalamnya berkembang sangat pesat, bahkan jika telah tiba hari-hari besar tertentu seperti hari raya lebaran dan akhir tahun tercatat mencapai ribuan pengunjung yang berbelanja di pasar tersebut. Namun, tak lepas dari itu banyak juga pengusaha yang gulung tikar dan terpaksa menutup usahanya karena tak mampu bertahan dikala musim sepi pengunjung pasar. Identifikasi awal menyebutkan, usaha-usaha tersebut ada yang berdiri sebelum

tsunami dan kembali menyambung usahanya serta tetap bertahan hingga saat ini, terdapat juga usaha baru yang didirikan pasca musibah tsunami 2004 silam. Identifikasi awal juga didapati faktor-faktor yang mempengaruhi para pengusaha yang mampu bertahan hingga 19 tahun pasca tsunami diantaranya adalah tersedia modal usaha, dan omzet yang diperoleh pengusaha pada waktu-waktu tertentu, dan faktor strategisnya tempat usaha. Selanjutnya, faktor-faktor penghambat adalah mahalnya sewa kios/toko dan retribusi pedagang yang relatif besar.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah Faktor-Faktor Kebertahanan pengusaha pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yaitu data tertulis dan hasil wawancara dengan narasumber. Pengumpulan data menggunakan sistem wawancara langsung dengan narasumber. Data yang telah diperoleh akan dianalisis serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Analisis data adalah “proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar”. Definisi tersebut memberikan gambaran tentang betapa pentingnya kedudukan analisis data dilihat dari segi tujuan penelitian. Peneliti mencatat, menganalisis dan membuat kesimpulan tentang perilaku narasumber terkait dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini populasi pedagang sebanyak 311 pedagang. Sampel yang diambil menggunakan teknik penarikan sampel yaitu metode *random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 pedagang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pembangunan dan pemberdayaan ekonomi yang dilaksanakan pemerintah merupakan jawaban dari kebutuhan masyarakat yang dapat meminimalisir tingkat kemiskinan masyarakat setempat. Salah satunya dapat ditempuh dengan cara pengembangan sektor ekonomi. Perkembangan sektor ekonomi perlu dukungan dana dari Pemerintah Pusat dan Daerah.

Aceh merupakan salah satu sasaran perkembangan ekonomi Di Indonesia. Terlebih lagi pasca musibah tsunami tahun 2004 silam, Aceh menerima berbagai bantuan dana baik dari Pemerintah maupun dari lembaga non pemerintah. Untuk mencapai pertumbuhan ekonomi tersebut, salah satu perwujudan adalah dengan pembangunan pasar tradisional yang baik. Pasar ini di Banda Aceh dikenal dengan sebutan Pasar Aceh Shopping Centre.

Pembangunan Pasar Aceh Shopping Centre ini merupakan bantuan untuk revitalisasi pasar tradisional di Aceh yang rusak dan hancur akibat bencana telah dilakukan sejak tahun 2011 sampai 2013, jumlahnya sudah mencapai 161 unit, dengan nilai bantuan mencapai Rp 221 miliar, termasuk Pasar Aceh. Hal ini berarti perhatian Pemerintah Pusat terhadap percepatan pertumbuhan perkonomian masyarakatnya pasca bencana tsunami dan perdamaian cukup besar.

Pasar Aceh lama yang telah hancur akibat bencana gempa dan tsunami tahun 2004 lalu, dibangun dalam dua tahap. Tahap pertama telah selesai dua tahun lalu melalui sumber dana bantuan JICS, Jepang, senilai Rp 43 miliar. Sedangkan tahap II yang diresmikan kemarin dibangun melalui tiga sumber pembiayaan, yaitu APBN Rp 71,9 miliar, pinjaman dari Bank Dunia Rp 46 miliar dan sumber APBD Rp 2,3 miliar, sehingga totalnya menjadi Rp 120,2 miliar. Bangunan Pasar Aceh tahap II ini pada lantai dasar atau bawah tanah dan lantai atasnya dilengkapi lapangan parkir mobil untuk kapasitas 190 unit dan sepeda motor 300 unit. Lantai I digunakan untuk dagangan bahan dapur, bahan kelontong, pangan, sedangkan lantai II dan III untuk dagangan barang sandang dan lainnya. Pemisahan itu dilakukan untuk mendapatkan suasana pasar yang tertib (sumber : www.acehtribunnews.com)

Dalam penelitian ini didapat informasi dari hasil wawancara dengan pengelola bahwa jumlah unit saat ini mencapai 311 pedagang lapak kios 161 yang terdiri dari 3 lantai. Lantai yang terisi penuh adalah lantai 1 dan lantai 2. Lantai 3 belum terisi penuh karena kemungkinan lokasi tingkat gedung ikut mempengaruhi konsumen dalam keinginan untuk mengunjungi kios/gerai.

Setiap usaha ini menawarkan berbagai ragam jenis usaha, mulai dari kuliner, sandang, kelontong dan lain sebagainya. Setiap harinya para pengunjung Pasar Aceh mencapai 1000-an pengunjung pada musim tertentu. Namun di hari-hari biasa berkisar 100-200 pengunjung.

Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Kebertahanan Pedagang

Berdasarkan hasil identifikasi awal di dapat bahwa ada enam faktor yang menjadi penentu bertahannya pedagang pasar Aceh Shopping Centre di Banda Aceh yaitu 1. Faktor Ketersediaan Modal usaha; 2. Faktor Omzet Usaha; 3. Faktor lokasi usaha; 4. Faktor keberadaan Pesaing; 5. Faktor Retribusi Pedagang; 6. Faktor Daya Beli Konsumen

Hasil dari wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti diperoleh informasi bahwa 50 pedagang pasar Aceh Shopping Centre yang telah diwawancara dengan pertanyaan strategis yang telah dirancang didapat hasil yaitu Dari enam faktor yang mempengaruhi bertahannya pedagang pasar Aceh shopping centre, dibagi kedalam 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dapat dibagi menjadi tiga faktor yang terdiri dari faktor ketersediaan modal usaha, faktor lokasi usaha, faktor omzet usaha. Sedangkan faktor eksternal dibagi menjadi tiga juga yaitu faktor keberadaan pesaing, retribusi pedagang, dan daya beli konsumen.

Faktor internal yang pertama adalah faktor ketersediaan modal usaha. Hasil wawancara ke 100 pedagang Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh dapat ditarik kesimpulan bahwa 70% pedagang menjawab bahwa ada campur tangan pihak ketiga dalam ketersediaan modal sebagai awal membuka usaha. Modal awal membuka usaha untuk usaha bidang sandang jauh lebih banyak dikeluarkan dari usaha bidang lainnya.

Faktor internal kedua adalah lokasi usaha. Faktor lokasi usaha ikut mempengaruhi bertahannya para pedagang ini. Ke 100 pedagang menjawab lokasi yang strategis membuat konsumen berdatangan dari segala penjuru. Lokasi yang bagus dan strategis juga menentukan jumlah omzet usaha. Faktor lokasi usaha ini adalah faktor yang paling dominan mempengaruhi kebertahanan pedagang Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh dari sisi faktor internal. Namun, ada kendala lain dari lokasi usaha ini, 50% pedagang mengeluhkan tentang mahalnya sewa toko/gerai/lapak atau kios pada Pasar Aceh Ini, apalagi jika gerai letaknya di lantai 1 (lantai yang paling mudah dijangkau oleh konsumen). Tetapi, dikarenakan lokasi Pasar Aceh Shopping Centre ini merupakan di pusat kota, mudah dijangkau dari segala penjuru kota Banda Aceh, maka pedagang memilih bertahan untuk tetap berdagang di Pasar Aceh Shopping Centre ini.

Selanjutnya faktor internal ketiga yaitu omzet usaha. Faktor ini merupakan faktor yang paling diharapkan oleh pedagang. Omzet yang menjanjikan pada saat momen-momen tertentu misalnya Ramadhan dan Lebaran, pedagang sektor *sandang* cukup meraup omzet yang fantastis, sedangkan pedagang sektor lainnya cenderung dalam omzet dengan jumlah yang standar, namun terbilang cukup untuk operasional usaha dan lainnya. Dikarenakan omzet yang cukup menjanjikan pada saat-saat tertentu, 70% pedagang merasa perlu untuk tetap bertahan di Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh.

Faktor eksternal (luar) yang mempengaruhi kebertahanan pengusaha atau pedagang di Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh adalah keberadaan pesaing. Dari tiga pertanyaan yang diajukan, rata-rata pedagang menjawab bahwa persaingan yang cukup ketat tak menyulutkan niat untuk tetap bertahan berdagang di Pasar Aceh Shopping Centre. Hampir semua pedagang memiliki corak penjualan yang homogenitas, artinya jika salah satu pedagang sektor *sandang* memiliki merek A, maka pedagang lainnya akan menyediakan produk yang sama. Hal ini bagi sebagian pedagang tidak menjadi persoalan, para pedagang mampu bersaing secara kompetitif.

Namun, karena saat ini adalah zaman modernisasi dan milenial, maka semua hal tak lepas dari kecanggihan teknologi, kondisi saat ini adalah kondisi yang serba digital. Saat ini banyak pedagang atau pengusaha online yang menawarkan produknya tanpa perlu gerai/kios/toko. Pada faktor ini, Jawaban responden adalah 50 responden merasa memerlukan cara tertentu untuk dapat bersaing dengan pedagang atau pengusaha online, 50 responden merasa hal tersebut adalah hal yang biasa karena kemajuan teknologi. Hal ini dapat diartikan bahwa 50% pedagang merasa perlu menemukan

metode tertentu agar tidak tergerus dengan kemajuan teknologi, para responden ini mulai menggunakan media elektronik yaitu *Handphone* dengan memasang aplikasi media sosial seperti *facebook* dan *instagram* untuk mempromosikan barang dagangan kios/gerai mereka agar konsumen lebih tertarik dan menaikkan frekuensi kunjungannya. Selebihnya, 50% pedagang, masih menggunakan cara tradisional untuk menawarkan produknya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa, walaupun era digital merambah dunia perdagangan, pedagang di Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh masih mampu bertahan hingga saat ini.

Faktor eksternal kedua adalah retribusi pedagang berupa retribusi kebersihan dan keamanan. Retribusi kebersihan dan keamanan yang dipungut oleh Pemerintah digunakan untuk membersihkan dan keamanan tempat usaha di Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh. Sampai saat ini, menurut hasil wawancara dengan 100 orang pedagang, hampir 80 responden menjawab masih mampu membayar retribusi yang dipungut, baik kebersihan, keamanan maupun retribusi lainnya.

Faktor eksternal yang terakhir adalah daya beli konsumen. Dari hasil wawancara didapat hasil bahwa konsumen paling banyak berkunjung pada saat momen-momen tertentu seperti *weekend* , Ramadhan dan Lebaran. Karena mayoritas penduduk Aceh (99%) beragama Islam, maka puncak frekuensi kunjungan terbanyak adalah menjelang Lebaran baik Idul Fitri maupun Idul Adha. Pada saat momen puncak tersebut para pedagang meraup omzet berkisar antara puluhan hingga ratusan juta rupiah. Hal inilah yang membuat para pedagang masih terus bertahan hingga saat ini. Namun, pada saat hari-hari biasa sebagian besar pedagang mengeluhkan toko/gerai mereka sepi kunjungan. Berdasarkan analisis peneliti, daya beli konsumen masih lemah, karena kunjungan penuh pada saat momen-momen tertentu saja.

Berdasarkan hasil analisis terdapat faktor- faktor yang mempengaruhi keberterahan pedagang di Pasar Aceh Shopping Centre, faktor pertama adalah faktor internal yaitu ketersediaan modal usaha, lokasi usaha dan omzet usaha dan kedua adalah faktor eksternal yaitu keberadaan pesaing, retribusi dan daya beli konsumen. Dari faktor internal yang paling dominan adalah faktor lokasi usaha dan dari faktor eksternal yang paling dominan adalah daya beli konsumen. Kedua faktor yang paling dominan ini adalah faktor yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap keberterahan para pedagang Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh.

Implikasi Manajerial : Pengembangan Strategi

Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh merupakan pasar modern yang telah direvitalisasi sejak tahun 2013 silam. Setelah 9 tahun pasca tsunami, pemerintah pusat melalui Kementerian Perdagangan memberikan bantuan dana untuk perkembangan pasar yang luluh lantak di terjang tsunami. Dengan anggaran milyaran rupiah, kini pasar Atjeh Shopping centre merupakan pusat perbelanjaan di tengah pusat kota yang menjadi target konsumen untuk membeli berbagai keperluan. Hal ini tentunya memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan perekonomian masyarakat Aceh umumnya dan Banda Aceh khususnya. Kondisi seperti sekarang ini tak lepas pula dari manajemen strategi pengelolaan perekonomian.

Selaras dengan perkembangan konsep strategi, manajemen strategi juga semakin berkembang seiring dengan perjalanan sejarahnya, baik di lingkungan organisasi profit dan non profit. Salah satunya mengatakan bahwa Manajemen Strategi adalah “proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuannya” (Nawawi, 2005:148). Definisi pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan / jabatan melalui pendidikan dan latihan.

Dalam upaya pengembangan sektor ekonomi di era digital, hendaknya dapat dilakukan dengan beberapa penerapan strategi pengembangan sebagai berikut :

1. Strategi Pengembangan Promosi

Untuk menarik konsumen, salah satunya adalah dengan cara mempromosikan produk dengan seluas-luasnya. Dalam promosi ini Pemerintah berupaya melalui salah satu caranya yaitu

program Visit Banda Aceh. Di harapkan Pemerintah terus mengadakan program-program jangka panjang. Program-program promosi daerah tentu akan berdampak pada frekuensi kunjungan ke salah satu tempat selain objek wisata. Dengan banyaknya promosi yang gencar, Pasar Aceh Shopping Centre sebagai satu-satunya pusat perbelanjaan di tengah kota menjadi ikut terangkat gaungnya. Dengan pemanfaatan teknologi seperti sekarang ini, banyak orang yang menulis tentang tempat-tempat yang wajib dikunjungi jika berkunjung ke daerah tersebut dan mempostingkannya di berbagai media sosial atau media elektronik lainnya, hal ini juga bisa di jadikan ajang promosi yang murah meriah bagi pusat perbelanjaan sekelas Pasar Aceh Shopping Centre.

2. Strategi Pengembangan Sarana dan Prasarana

Pemerintah daerah di harapkan terus menerus mengembangkan sarana dan prasarana di Pasar Aceh shopping Centre. Dengan adanya perkembangan dan perbaikan secara berkesinambungan juga akan berdampak pada pertambahan jumlah pengunjung. Saat ini sarana dan prasarana yang tersedia seperti toilet umum, parkir, sistem keamanan, fasilitas kebersihan sudah tergolong cukup baik, namun perlu pemeliharaan yang baik dan benar agar pengunjung tetap merasa nyaman dan aman.

Strategi – strategi di atas di harapkan dapat di implementasikan lebih baik lagi sebagai dasar strategi pengelolaan usaha untuk menjawab tantangan pengembangan perekonomian dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan segenap masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terdapat faktor- faktor yang mempengaruhi keberterahan pedagang di Pasar Aceh Shopping Centre, faktor pertama adalah faktor internal yaitu ketersediaan modal usaha, lokasi usaha dan omzet usaha dan kedua adalah faktor eksternal yaitu keberadaan pesaing, retribusi dan daya beli konsumen. Dari faktor internal yang paling dominan adalah faktor lokasi usaha dan dari faktor eksternal yang paling dominan adalah daya beli konsumen. Kedua faktor yang paling dominan ini adalah faktor yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap keberterahan para pedagang Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan yaitu Pertama, sebaiknya para pengusaha / pedagang di Pasar Aceh Shopping Centre melakukan promosi yang lebih gencar lagi baik sehingga konsumen baik domestik atau manca negara tertarik untuk terus berkunjung, baik dari produk, harga, pelayanan demi meningkatkan omzet usaha yang akan diterima. Kemudian yang kedua keberadaan pedagang di Pasar Aceh Shopping Centre hendaknya di dukung dengan kebijakan pemerintah setempat baik di sektor penyediaan modal, peningkatan sarana dan prasarana, retribusi yang tidak memberatkan maupun bantuan promosi yang gencar. Dan yang ketiga yaitu dapat mengadakan salah satu kegiatan sebagai sarana promosi, misalnya dengan di adakan event-event tertentu di pusat kota ataupun pada gedung Pasar Aceh Shopping Centre Banda Aceh pada waktu-waktu tertentu namun berkesinambungan yang nantinya diupayakan dapat meningkatkan *awareness* hingga konsumen melakukan *action* (pembelian).

DAFTAR PUSTAKA

- Kurniyati, Zeny, (2007). **Strategi Pengembangan Wisata Pantai Kartini Di Kabupaten Jepara.** Jurnal penelitian , Fisip, Undip
- Maulida, Zenitha, Dewi Rosa Indah, Ferdi Nazirun Sejabat (2015). **Analysis On The Impact of The Development of Lamphuuk Beach As The Tourism Location In Aceh Against Business Doers' Welfare and Society Around The Beach After 10 Years Tsunami.** JASR – 2015 - 5 (7) -349-356

Mustika, Made Dwi Setyadhi dan Apriliani, Putu Desy, (2013). **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebertahanan Pedagang Kuliner Tradisional di Kabupaten Klungkung**. Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan Vol.6 No.2, Agustus 2013.

Nawawi, Hadari. (2005). **Manajemen Strategik**. Yogyakarta: Gadjah Mada Pers

Sukardi, (2003). **Metodologi Penelitian Pendidikan**. Jakarta : Penerbit Bina Aksara.

Suyana Utama, Made (2008). **Aplikasi Analisis Kuantitatif**. Denpasar : Sastra Utama.

Sugiyono (2012) **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B**. Bandung: Alfabeta.

www.acehtribunnews.com

www.bandaacehkota.go.id.