

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kebijakan relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL) di Pasar Raya Padang tahun 2024–2025 merupakan langkah Pemerintah Kota Padang untuk menata wajah kota Padang melalui revitalisasi gedung Fase VII guna mengatasi kemacetan dan tidak beraturan. Dalam pelaksanaannya, pemerintah menerapkan pendekatan komunikasi persuasif yang mengombinasikan kredibilitas pimpinan (*ethos*), argumen logis mengenai infrastruktur (*logos*), dan upaya emosional untuk merangkul pedagang (*pathos*). Secara administratif, kebijakan ini dinilai berhasil mencapai target pembersihan badan jalan dan trotoar hingga 100% karena didukung oleh pendataan yang akurat dan sistem *lotting* lapak yang transparan.

Meskipun demikian, keberhasilan fisik ini belum sepenuhnya diikuti oleh kepuasan ekonomi pedagang, mengingat penurunan omzet menjadi keluhan yang paling dominan pasca-relokasi. Saluran komunikasi yang digunakan sudah beragam, mulai dari media sosial hingga dialog langsung, namun efektivitasnya masih terhambat oleh persepsi pedagang yang merasa interaksi pemerintah belum menyentuh seluruh lapisan secara merata

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan kepada pihak-pihak terkait.

1. Pemerintah Kota Padang disarankan memperkuat komunikasi dua arah yang inklusif dan transparan agar aspirasi pedagang cepat tertangani dan konflik dapat dicegah. Pengawasan oleh Dinas Perdagangan perlu disertai pendekatan persuasif untuk membangun kepatuhan yang tulus. Promosi Gedung Fase VII harus lebih agresif melalui event publik berskala besar guna meningkatkan kunjungan dan omzet pedagang. Selain itu, perlu regulasi atau forum komunikasi formal antara pemilik toko dan PKL untuk mencegah gesekan sosial, serta memperluas dialog hingga ke pedagang lapis belakang, tidak hanya melalui perwakilan.
2. Pedagang Kaki Lima, diharapkan dapat lebih terbuka dalam menerima informasi dan memanfaatkan fasilitas modern yang telah disediakan oleh pemerintah demi keberlanjutan ekonomi jangka panjang. Pedagang diharapkan meningkatkan kesadaran mandiri dalam menjaga kebersihan lingkungan pasar dan mematuhi aturan penataan barang dagangan agar kenyamanan pengunjung tetap terjaga, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada citra pasar. Pedagang disarankan untuk mulai memanfaatkan kanal digital atau bekerja sama dengan platform belanja *online* yang difasilitasi pemerintah guna menghadapi perubahan perilaku belanja masyarakat.

Penelitian ini menelaah pendekatan komunikasi persuasif Pemerintah Kota Padang dalam kebijakan relokasi pedagang kaki lima di Kawasan Pasar Raya Kota Padang

periode 2024–2025. Munculnya demonstrasi dan resistensi pada awal tahun 2026 mengindikasikan adanya kemungkinan kesenjangan antara pesan persuasif pemerintah dan realitas yang dialami pedagang. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu mengkaji secara lebih kritis batasan efektivitas komunikasi persuasif dalam kebijakan publik, termasuk analisis relasi kuasa, tingkat partisipasi, serta dampak sosial-ekonomi yang memengaruhi legitimasi dan keberlanjutan kebijakan.