

DAYA SAING KOTA MEDAN SEBAGAI KOTA SEKUNDER NONINDUSTRI DALAM PEMBENTUKAN PUSAT PASAR REGIONAL

Daffa chaidana, Hendra

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing Kota Medan sebagai kota sekunder nonindustri dalam pembentukan pusat pasar regional. Kota Medan memiliki karakteristik ekonomi yang didominasi oleh sektor perdagangan dan jasa, serta posisi geografis yang strategis di wilayah Sumatera Utara, sehingga berpotensi menjadi simpul distribusi dan perdagangan bagi daerah sekitarnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Data diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemerintah daerah, pengelola pasar, pedagang, dan pelaku UMKM, serta studi dokumentasi terhadap kebijakan dan dokumen perencanaan daerah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing Kota Medan terbentuk dari sinergi antara keunggulan lokasi, peran pasar tradisional, kekuatan UMKM, dan modal sosial masyarakat. Pasar di Kota Medan tidak hanya berfungsi sebagai pusat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang memperkuat loyalitas konsumen dan keberlanjutan aktivitas perdagangan. Namun demikian, tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan infrastruktur pasar, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta kapasitas sumber daya manusia yang belum merata. Penelitian ini menegaskan bahwa kota sekunder nonindustri dapat memiliki daya saing regional tanpa bergantung pada sektor industri, dengan mengoptimalkan fungsi pasar dan perdagangan rakyat. Temuan ini memberikan kontribusi pada kajian daya saing kota dengan menghadirkan perspektif alternatif yang menempatkan pasar tradisional dan ekonomi lokal sebagai pilar utama pembangunan wilayah yang berkelanjutan.

Kata kunci: daya saing kota; kota sekunder; pusat pasar regional; perdagangan nonindustri; Kota Medan

A. PENDAHULUAN

Perkembangan wilayah perkotaan di Indonesia tidak hanya ditentukan oleh kota-kota metropolitan dan pusat industri besar, tetapi juga oleh peran strategis kota-kota sekunder yang berfungsi sebagai simpul pelayanan ekonomi, sosial, dan distribusi regional. Kota sekunder memiliki posisi penting dalam mengurangi ketimpangan pembangunan antarwilayah serta menjadi penghubung antara kawasan perkotaan besar dengan wilayah hinterland. Dalam konteks ini, penguatan daya saing kota sekunder menjadi isu krusial dalam perencanaan pembangunan wilayah yang berkelanjutan dan inklusif (Rahmatullah, 2025).

Kota Medan merupakan salah satu kota sekunder di Provinsi Sumatera Utara yang memiliki karakteristik nonindustri, namun menunjukkan dinamika ekonomi yang cukup signifikan. Letaknya yang strategis di jalur lintas regional serta kedekatannya dengan Kota Medan sebagai metropolitan utama memberikan peluang besar bagi Medan untuk berkembang sebagai pusat perdagangan dan jasa. Kondisi ini menjadikan Kota Medan memiliki potensi untuk bertransformasi menjadi pusat pasar regional yang mampu melayani kebutuhan masyarakat lintas daerah (Adipurno, 2025).

Dalam era desentralisasi dan otonomi daerah, setiap kota dituntut untuk mampu mengoptimalkan potensi lokalnya guna meningkatkan daya saing wilayah. Daya saing kota tidak hanya diukur dari kekuatan sektor industri, tetapi juga dari kemampuan kota tersebut dalam menciptakan iklim ekonomi yang kondusif, efisiensi sistem distribusi, kualitas infrastruktur perdagangan, serta kemampuan menarik pelaku usaha dan konsumen. Kota nonindustri seperti Medan perlu mengembangkan strategi khusus yang sesuai dengan karakter sosial, ekonomi, dan budaya masyarakatnya (Umasugi, 2012).

Pembentukan pusat pasar regional merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing kota sekunder nonindustri. Pusat pasar regional tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai pusat interaksi sosial, distribusi barang, penguatan UMKM, serta penggerak ekonomi lokal. Keberadaan pasar yang terintegrasi dengan sistem transportasi dan jaringan perdagangan regional dapat memperkuat posisi Kota Medan dalam struktur ekonomi wilayah Sumatera Utara.

Namun demikian, tantangan yang dihadapi Kota Medan dalam membangun pusat pasar regional tidaklah sederhana. Persaingan dengan kota-kota lain yang memiliki fasilitas lebih lengkap, keterbatasan infrastruktur pendukung, serta perubahan pola konsumsi masyarakat akibat perkembangan teknologi digital menjadi faktor yang perlu diperhatikan secara serius (Sihura, 2025). Tanpa perencanaan dan strategi yang tepat, potensi Kota Medan sebagai pusat pasar regional dapat terhambat oleh berbagai kendala struktural dan institusional.

Daya saing kota juga berkaitan erat dengan kualitas tata kelola pemerintahan daerah. Kebijakan yang pro-pasar, kemudahan perizinan usaha, serta dukungan terhadap sektor informal dan UMKM menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan pusat perdagangan. Dalam konteks Kota Medan, peran pemerintah daerah dalam menciptakan regulasi yang adaptif dan responsif terhadap kebutuhan pasar sangat menentukan keberhasilan pembentukan pusat pasar regional.

Selain aspek kebijakan, faktor sosial dan budaya masyarakat juga turut memengaruhi daya saing kota. Kota Medan memiliki karakter masyarakat yang heterogen dan tradisi perdagangan yang cukup kuat, khususnya di sektor pasar rakyat dan usaha kecil. Potensi ini dapat menjadi modal sosial yang berharga dalam membangun sistem pasar regional yang berbasis pada kearifan lokal dan partisipasi masyarakat (Agustin et al., 2023).

Perkembangan pasar regional juga tidak terlepas dari kualitas infrastruktur fisik dan nonfisik. Infrastruktur transportasi, jaringan logistik, fasilitas pasar yang representatif, serta pemanfaatan teknologi informasi menjadi elemen penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya tarik pasar. Kota Medan perlu mengintegrasikan pembangunan infrastruktur tersebut secara berkelanjutan agar mampu bersaing dengan pusat perdagangan di kota lain (Hapsari et al., 2024).

Dalam perspektif ekonomi regional, pusat pasar regional berperan sebagai motor penggerak pertumbuhan wilayah sekitarnya. Aktivitas perdagangan yang terpusat dapat menciptakan efek multiplikasi ekonomi, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta membuka lapangan kerja baru. Bagi Kota Medan, penguatan fungsi pasar regional berpotensi memperluas pengaruh ekonominya hingga ke wilayah Kabupaten Langkat, Deli Serdang, dan daerah sekitarnya (Al Farisi et al., 2022).

Namun, pembentukan pusat pasar regional juga memerlukan kesiapan sumber daya manusia yang kompeten. Pedagang, pengelola pasar, serta pelaku UMKM perlu

dibekali dengan kemampuan manajerial, pemasaran, dan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Tanpa peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pasar regional yang dibangun berisiko tidak mampu bersaing dalam jangka panjang.

Perubahan pola perdagangan global dan regional juga memberikan tantangan tersendiri bagi kota sekunder nonindustri. Digitalisasi perdagangan, berkembangnya pasar daring, serta integrasi ekonomi regional menuntut kota-kota seperti Medan untuk beradaptasi dengan cepat. Integrasi antara pasar tradisional dan sistem perdagangan modern menjadi salah satu strategi yang dapat ditempuh untuk mempertahankan relevansi pasar regional (Malikhah et al., 2024).

Dari sudut pandang perencanaan wilayah, pengembangan pusat pasar regional harus selaras dengan rencana tata ruang kota. Penempatan lokasi pasar, konektivitas antarwilayah, serta dampak lingkungan perlu dipertimbangkan secara komprehensif. Kota Medan perlu memastikan bahwa pengembangan pasar regional tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada keberlanjutan lingkungan dan kualitas hidup masyarakat.

Kota Medan sebagai kota nonindustri memiliki peluang untuk mengembangkan identitas ekonomi yang khas melalui sektor perdagangan dan jasa. Keunikan produk lokal, budaya pasar, serta pelayanan yang humanis dapat menjadi nilai tambah dalam meningkatkan daya saing kota. Diferensiasi ini penting agar Kota Medan tidak hanya menjadi pelengkap bagi kota besar di sekitarnya, tetapi mampu berdiri sebagai pusat ekonomi regional yang mandiri.

Dalam konteks persaingan antarwilayah, daya saing kota juga dipengaruhi oleh kemampuan membangun jejaring dan kolaborasi regional. Kerja sama antar daerah dalam pengelolaan distribusi barang, promosi produk lokal, dan pengembangan pasar dapat memperkuat posisi Kota Medan dalam sistem ekonomi regional. Kolaborasi ini menjadi kunci dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks.

Permasalahan ketimpangan pembangunan antara kota besar dan kota sekunder masih menjadi isu utama dalam pembangunan nasional. Penguatan peran Kota Medan sebagai pusat pasar regional dapat menjadi salah satu solusi dalam mengurangi ketimpangan tersebut. Dengan distribusi aktivitas ekonomi yang lebih merata, pembangunan wilayah diharapkan dapat berlangsung secara lebih adil dan berkelanjutan (Kurniawan et al., 2024).

Penelitian mengenai daya saing Kota Medan sebagai kota sekunder nonindustri menjadi penting untuk memberikan gambaran empiris mengenai potensi dan tantangan yang dihadapi. Kajian ini diharapkan mampu mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi pembentukan pusat pasar regional serta merumuskan strategi pengembangan yang relevan dengan kondisi lokal.

Selain itu, kajian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan teori daya saing kota, khususnya pada konteks kota sekunder nonindustri. Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada kota industri atau metropolitan, sehingga kajian tentang kota seperti Medan masih relatif terbatas.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan pembangunan ekonomi kota. Rekomendasi yang dihasilkan diharapkan mampu mendorong penguatan daya saing Kota Medan secara berkelanjutan dan berbasis potensi lokal (Purnamasari & Asharie, 2024).

Dengan demikian, pendahuluan ini menegaskan bahwa daya saing Kota Medan sebagai kota sekunder nonindustri dalam pembentukan pusat pasar regional merupakan isu strategis yang relevan secara akademik dan praktis. Pemahaman yang komprehensif terhadap dinamika ini menjadi langkah awal dalam mewujudkan Kota Medan sebagai pusat perdagangan regional yang berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis yang bertujuan untuk memahami secara mendalam daya saing Kota Medan sebagai kota sekunder nonindustri dalam pembentukan pusat pasar regional. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak hanya berfokus pada pengukuran kuantitatif, tetapi lebih menekankan pada pemahaman konteks, dinamika, dan makna yang melekat pada kebijakan, aktivitas ekonomi, serta interaksi sosial yang membentuk sistem pasar di Kota Medan (Sugiyono, 2021). Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya menggali persepsi, pengalaman, dan strategi para pemangku kepentingan dalam mengembangkan pasar regional, serta menginterpretasikan fenomena tersebut dalam kerangka pembangunan wilayah dan daya saing kota.

Lokasi penelitian ditetapkan di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, dengan pertimbangan bahwa kota ini memiliki karakter sebagai kota sekunder nonindustri yang berada dalam pengaruh kawasan metropolitan Medan. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive karena Kota Medan menunjukkan potensi signifikan sebagai pusat perdagangan dan jasa yang melayani wilayah sekitarnya. Subjek penelitian meliputi pemerintah daerah, pengelola pasar, pelaku usaha dan UMKM, pedagang pasar tradisional, serta pihak-pihak lain yang terlibat dalam aktivitas perdagangan dan perencanaan ekonomi kota. Informan dipilih secara purposive dan snowball untuk memperoleh data yang komprehensif dan relevan dengan fokus penelitian, sehingga mampu merepresentasikan berbagai perspektif yang berkaitan dengan daya saing dan pembentukan pusat pasar regional.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung kondisi fisik pasar, aktivitas perdagangan, pola interaksi antara pedagang dan konsumen, serta dukungan infrastruktur yang tersedia. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali informasi terkait kebijakan pemerintah, strategi pengelolaan pasar, tantangan yang dihadapi, serta persepsi terhadap posisi daya saing Kota Medan dalam jaringan pasar regional. Studi dokumentasi meliputi pengumpulan data dari dokumen perencanaan daerah, laporan statistik, peraturan daerah, serta publikasi resmi lainnya yang relevan dengan pengembangan ekonomi dan perdagangan kota. Kombinasi teknik ini diharapkan mampu menghasilkan data yang kaya, mendalam, dan saling melengkapi.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara berkelanjutan. Data yang diperoleh dari berbagai sumber terlebih dahulu diklasifikasikan dan diseleksi sesuai dengan fokus penelitian, kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis untuk memudahkan pemahaman hubungan antar konsep. Proses penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan pola, tema, dan kecenderungan yang muncul dari data lapangan. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik

triangulasi sumber dan metode, serta melakukan pengecekan ulang informasi kepada informan kunci. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat kredibilitas dan validitas yang tinggi serta mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai daya saing Kota Medan sebagai kota sekunder nonindustri dalam pembentukan pusat pasar regional.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing Kota Medan sebagai kota sekunder nonindustri terbentuk dari kombinasi faktor geografis, ekonomi, dan sosial yang saling berinteraksi. Secara geografis, posisi Kota Medan yang berbatasan langsung dengan wilayah hinterland serta kedekatannya dengan Kota Medan memberikan keuntungan strategis dalam arus distribusi barang dan mobilitas penduduk. Kondisi ini menjadikan Kota Medan sebagai titik transit dan tujuan perdagangan bagi masyarakat dari berbagai daerah sekitarnya, sehingga aktivitas pasar berkembang secara alami tanpa harus bergantung pada sektor industri besar (Euis, 2017).

Dari aspek struktur ekonomi, Kota Medan menunjukkan dominasi sektor perdagangan dan jasa sebagai penggerak utama perekonomian daerah. Temuan lapangan memperlihatkan bahwa sebagian besar aktivitas ekonomi masyarakat bertumpu pada pasar tradisional, pusat pertokoan, serta usaha mikro dan kecil yang tersebar di berbagai kecamatan. Pola ini memperkuat identitas Kota Medan sebagai kota nonindustri yang mengandalkan perdagangan sebagai basis daya saing regional, sekaligus mencerminkan ketahanan ekonomi lokal yang relatif stabil (Syanova & Fajar, 2024).

Peran pasar tradisional di Kota Medan terbukti menjadi elemen kunci dalam pembentukan pusat pasar regional. Pasar-pasar tersebut tidak hanya melayani kebutuhan masyarakat lokal, tetapi juga menarik konsumen dari kabupaten sekitar karena ketersediaan barang yang relatif lengkap dan harga yang kompetitif. Temuan ini menunjukkan bahwa pasar tradisional masih memiliki daya tarik yang kuat dan mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan modern, terutama bagi masyarakat menengah ke bawah (Ainun et al., 2023).

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan di Kota Medan bersifat dinamis dan adaptif terhadap perubahan permintaan pasar. Pedagang secara aktif menyesuaikan jenis barang dagangan dengan kebutuhan konsumen, termasuk produk pertanian dari daerah sekitar dan kebutuhan pokok harian. Fleksibilitas ini menjadi salah satu faktor yang memperkuat daya saing Kota Medan sebagai pusat distribusi regional yang responsif terhadap kebutuhan pasar.

Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa kualitas infrastruktur pasar masih menjadi tantangan utama. Beberapa pasar tradisional di Kota Medan menunjukkan keterbatasan fasilitas fisik, seperti tata letak kios yang kurang tertata, sistem sanitasi yang belum optimal, serta keterbatasan area parkir. Kondisi ini berpotensi mengurangi kenyamanan konsumen dan menurunkan daya tarik pasar dalam jangka panjang jika tidak segera ditangani secara sistematis.

Dari sisi kebijakan pemerintah daerah, hasil penelitian menunjukkan adanya komitmen untuk mendorong penguatan sektor perdagangan sebagai tulang punggung ekonomi kota. Berbagai program revitalisasi pasar dan pemberdayaan UMKM telah dirancang dan sebagian telah diimplementasikan. Namun, efektivitas kebijakan tersebut masih perlu ditingkatkan melalui koordinasi lintas sektor dan keterlibatan aktif

pelaku pasar agar kebijakan tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga berdampak nyata di lapangan (Khasanah, 2023).

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa daya saing Kota Medan dipengaruhi oleh kemampuan kota dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif. Kemudahan akses perizinan, stabilitas keamanan, serta hubungan yang relatif harmonis antara pedagang dan pemerintah menjadi faktor pendukung utama. Kondisi ini memberikan rasa aman bagi pelaku usaha untuk mengembangkan aktivitas perdagangan mereka secara berkelanjutan.

Dalam konteks persaingan antarwilayah, Kota Medan menghadapi tantangan dari kota-kota lain yang memiliki fasilitas perdagangan lebih modern dan infrastruktur lebih lengkap. Meski demikian, keunggulan Kota Medan terletak pada kedekatan sosial antara pedagang dan konsumen serta biaya transaksi yang relatif rendah. Faktor ini menjadi nilai tambah yang sulit ditiru oleh pusat perdagangan di kota besar.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa masyarakat dan pedagang memandang Kota Medan sebagai kota yang “mudah dijangkau” dan “ramah bagi perdagangan kecil”. Persepsi ini memperkuat posisi Kota Medan sebagai pusat pasar regional berbasis ekonomi rakyat. Kepercayaan masyarakat terhadap pasar lokal menjadi modal sosial yang penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di tengah arus modernisasi.

Dari perspektif pengembangan wilayah, keberadaan pusat pasar regional di Kota Medan memberikan dampak positif terhadap daerah sekitarnya. Arus barang dari wilayah pertanian dan perdesaan terserap melalui pasar Kota Medan sebelum didistribusikan lebih lanjut. Pola ini menciptakan hubungan ekonomi yang saling menguntungkan antara kota dan wilayah hinterland, sekaligus memperkuat integrasi ekonomi regional.

Namun, penelitian ini juga menemukan adanya keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi informasi dalam sistem perdagangan. Sebagian besar pedagang masih mengandalkan metode transaksi konvensional dan belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Kondisi ini menjadi tantangan serius di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat (Malikhah et al., 2024).

Keterbatasan kapasitas sumber daya manusia juga menjadi faktor penghambat daya saing kota. Tidak semua pedagang memiliki kemampuan manajerial dan pemasaran yang memadai, sehingga sulit untuk meningkatkan skala usaha dan daya saing produk. Temuan ini menunjukkan pentingnya program pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan bagi pelaku usaha di Kota Medan.

Di sisi lain, karakter nonindustri Kota Medan justru memberikan peluang untuk mengembangkan konsep pasar regional yang berkelanjutan dan berorientasi pada ekonomi hijau. Minimnya aktivitas industri berat mengurangi tekanan terhadap lingkungan, sehingga pengembangan pasar dapat diarahkan pada konsep ramah lingkungan dan berbasis produk lokal. Potensi ini dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam jangka panjang.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tata ruang kota memiliki peran penting dalam mendukung pembentukan pusat pasar regional. Aksesibilitas pasar yang mudah dijangkau oleh transportasi umum dan kendaraan pribadi meningkatkan intensitas kunjungan konsumen. Oleh karena itu, integrasi antara perencanaan pasar dan sistem transportasi menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing Kota Medan.

Dari sudut pandang sosial, pasar di Kota Medan tidak hanya berfungsi sebagai pusat ekonomi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial masyarakat. Fungsi sosial ini memperkuat ikatan komunitas dan menciptakan loyalitas konsumen terhadap pasar lokal. Aspek ini menjadi pembeda utama antara pasar di Kota Medan dan pusat perbelanjaan modern yang cenderung bersifat individualistik.

Penelitian ini juga menemukan bahwa keberlanjutan pusat pasar regional sangat bergantung pada kolaborasi antar pemangku kepentingan. Pemerintah daerah, pedagang, pelaku UMKM, dan masyarakat perlu memiliki visi bersama dalam mengembangkan pasar. Tanpa kolaborasi yang kuat, upaya peningkatan daya saing kota akan berjalan secara parsial dan kurang efektif.

Dalam konteks teori daya saing kota, temuan penelitian ini memperkuat pandangan bahwa kota nonindustri tetap dapat memiliki daya saing tinggi jika mampu mengoptimalkan fungsi perdagangan dan jasa. Daya saing tidak semata-mata ditentukan oleh industrialisasi, tetapi juga oleh kemampuan kota dalam mengelola sumber daya lokal secara efisien dan berkelanjutan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Kota Medan memiliki potensi besar untuk menjadi pusat pasar regional alternatif yang melengkapi peran Kota Medan. Alih-alih bersaing secara langsung, Kota Medan dapat memposisikan diri sebagai pusat distribusi dan perdagangan skala menengah yang lebih fleksibel dan terjangkau. Strategi ini memungkinkan Kota Medan untuk mengambil ceruk pasar yang tidak sepenuhnya terlayani oleh kota besar.

Secara keseluruhan, daya saing Kota Medan sebagai kota sekunder nonindustri terbentuk dari sinergi antara faktor lokasi, struktur ekonomi, modal sosial, dan kebijakan publik. Meski menghadapi berbagai tantangan, potensi yang dimiliki Kota Medan cukup kuat untuk mendukung pembentukan pusat pasar regional yang berkelanjutan. Penguatan aspek infrastruktur, sumber daya manusia, dan inovasi perdagangan menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing tersebut.

Dengan demikian, hasil dan pembahasan ini menegaskan bahwa pengembangan pusat pasar regional di Kota Medan bukan hanya memungkinkan, tetapi juga strategis dalam konteks pembangunan wilayah. Kota Medan memiliki modal struktural dan sosial yang memadai untuk memainkan peran penting dalam sistem perdagangan regional, asalkan didukung oleh kebijakan yang konsisten dan partisipasi aktif seluruh pemangku kepentingan.

D. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kota Medan memiliki daya saing yang cukup kuat sebagai kota sekunder nonindustri dalam pembentukan pusat pasar regional, meskipun tidak ditopang oleh sektor industri besar. Daya saing tersebut dibangun melalui keunggulan lokasi geografis yang strategis, dominasi sektor perdagangan dan jasa, serta peran pasar tradisional dan UMKM sebagai penggerak utama ekonomi lokal. Karakter nonindustri justru menjadi kekuatan tersendiri karena memungkinkan Kota Medan berkembang sebagai pusat distribusi dan perdagangan yang fleksibel, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat regional.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa pembentukan pusat pasar regional di Kota Medan tidak dapat dilepaskan dari peran kebijakan pemerintah daerah dan kualitas tata kelola pasar. Komitmen pemerintah dalam pengembangan pasar dan pemberdayaan UMKM telah memberikan fondasi awal bagi peningkatan daya saing kota, namun masih memerlukan penguatan pada aspek infrastruktur, integrasi tata

ruang, serta pemanfaatan teknologi perdagangan. Tanpa dukungan kebijakan yang konsisten dan berkelanjutan, potensi pasar regional yang dimiliki Kota Medan berisiko tidak berkembang secara optimal.

Selain faktor struktural, modal sosial masyarakat Kota Medan terbukti menjadi elemen penting dalam menopang keberlanjutan pusat pasar regional. Hubungan sosial yang erat antara pedagang dan konsumen, kepercayaan terhadap pasar lokal, serta budaya perdagangan rakyat menjadi pembeda utama Kota Medan dibandingkan kota lain yang lebih berorientasi pada pasar modern. Modal sosial ini tidak hanya memperkuat daya tarik pasar, tetapi juga meningkatkan ketahanan ekonomi lokal di tengah dinamika persaingan regional dan perubahan pola konsumsi masyarakat.

Novelty atau kebaruan dari penelitian ini terletak pada penegasan bahwa daya saing kota tidak selalu identik dengan industrialisasi. Studi ini menunjukkan bahwa kota sekunder nonindustri seperti Kota Medan mampu membangun daya saing regional melalui optimalisasi fungsi pasar tradisional, penguatan UMKM, dan pemanfaatan posisi strategis dalam jaringan perdagangan wilayah. Temuan ini memperkaya kajian daya saing kota dengan menghadirkan perspektif alternatif yang menempatkan perdagangan rakyat dan modal sosial sebagai faktor utama pembentukan pusat pasar regional, khususnya dalam konteks kota-kota sekunder di Indonesia.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar pemerintah daerah Kota Medan memprioritaskan penguatan infrastruktur pasar yang terintegrasi dengan sistem transportasi dan tata ruang kota. Revitalisasi pasar tradisional perlu dilakukan tidak hanya secara fisik, tetapi juga melalui peningkatan manajemen pengelolaan pasar dan layanan kepada pedagang serta konsumen. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik pasar dan memperkuat posisi Kota Medan sebagai pusat perdagangan regional.

DAFTAR PUSTAKA

- Adipurno, S. (2025). Peran Ekonomi Digital Islam dan Fintech Syariah dalam Mendukung Masyarakat Lokal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.55049/jeb.v17i1.393>
- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*.
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING PADA UMKM. *Jesya*. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Euis, P. H. (2017). Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangana Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda (Studi Pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda). *Administrasi Negara*.
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*.
- Khasanah. (2023). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Guna Meningkatkan

- Kesejahteraan Masyarakat. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*. <https://doi.org/10.61166/demagogi.v1i1.2>
- Kurniawan, V., Faisal, M., Ansori, R., & Pangaribuan, R. Y. (2024). Pengaruh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Terhadap Peningkatan Perekonomian Indonesia Tahun 2024. *MUSYTARI: Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*.
- Malikhah, I., Nst, A. P., Sari, Y., Sain, F. S., Pembangunan, U., & Budi, P. (2024). Implementasi Kompetensi SDM Terhadap Kinerja UMKM. *MANEGGGIO : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
- Purnamasari, E. D., & Asharie, A. (2024). DIGITALISASI UMKM, LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI ERA NEW NORMAL PANDEMI COVID 19. *Jesya*. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1416>
- Rahmatullah, R. (2025). Digitalisasi Pembayaran: Peran E-Wallet dan Fintech pada Ekonomi Digital. *JURNAL ECONOMINA*.
- Sihura, H. K. (2025). Peran Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Umkm Di Era Digital. *Jurnal Education and Development*.
- Sugiyono, D. (2021). Metode penelitian kuatintatif , kualitatif dan R & D / Sugiyono. In *Bandung: Alfabeta*.
- Syanova, R., & Fajar, A. N. (2024). Analysis of Factors That Influence Use Behaviour of Using Qris Payments for Umkm in Bekasi. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*. <https://doi.org/10.33168/JLISS.2024.0717>
- Umasugi, L. (2012). Pendekatan dinamis dalam pengembangan UKM di Kota Ternate. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.5.1.15-23>