

**ANALISIS PERSEPSI PEDAGANG DAN KEBIJAKAN
PEMERINTAH TERHADAP RELOKASI PASAR
SONGGOLANGIT KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

LU'LU' UN NISA'

NIM. 210715087

Pembimbing:

MANSUR AZIS. Lc., M.S.I.

NIDN. 2024068601

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2019**

ABSTRAK

Lu'Lu' Un Nisa'. 2019. *Analisis Persepsi Pedagang Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Relokasi Pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo*. **Skripsi**. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing, **Mansur Azis. Lc., M.S.I.**

Kata Kunci: Relokasi Pasar, Persepsi Pedagang dan Kebijakan Pemerintah

Dari kebijakan relokasi pasar tradisional Songgolangit pemerintah memindahkan lokasi pasar sementara ke bekas RSUD Harjono. Setelah kebijakan relokasi ini direalisasikan banyak persepsi pedagang yang berbeda dengan perelokasian ini. dari segi tempat, infrastruktur, sarana-prasarana pasar, kondisi sosial maupun kondisi masyarakat pasar baru tersebut. Dari beberapa pedagang yang berpendapat bahwa pasar yang baru kurang memadai untuk pedagang dengan tempat maupun prasarana lainnya

Dari latar belakang di atas penulis merumuskan 2 masalah yang meliputi: persepsi pedagang terhadap kebijakan pemerintah pasar Songgolangit kabupaten Ponorogo dan kebijakan pemerintah terhadap pasar Legi Songgolangit kabupaten Ponorogo. metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Adapun jenis penelitian termasuk penelitian lapangan (*field research*).

Dari penelitain ini dapat disimpulkan Persepsi pedagang terhadap relokasi pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo, ada 5 faktor yang mempengaruhi relokasi pasar yaitu, sarana dan

prasarana menurut pedagang kurang memadai. Faktor yang kedua yaitu, Infrastruktur bahwa pedagang berpersepsi belum layak, fasilitas yang kurang memadai. Faktor yang ketiga yaitu, Lokasi pasar, bahwa yang mempunyai persepsi lokasi pasar strategis ada yang persepsi kurang setuju dengan relokasi pasar di RSUD harjono. Faktor yang keempat yaitu, kondisi sosial, bahwa kondisi sosial pedagang tidak baik. Faktor yang kelima yaitu, kondisi masyarakat, bahwa mengalami peningkatan perekonomian. Persepsi kebijakan Pemerintah Terhadap Relokasi pasar Songgolangt Kabupaten Ponorogo, ada 5 faktor yang mempengaruhi relokasi pasar yaitu, faktor pertama sarana dan prasarana menurut kebijakan pemerintah bahwa sarana dan prasaran sudah memadai. Faktor yang kedua yaitu, Infrastruktur bahwa bangunan pasar sudah memadai. Faktor yang ketiga yaitu, lokasi pasar, menurut kebijakan pemerintah bahwa lokasi pasar sudah sesuai. Faktor yang keempat yaitu, kondisi sosial, bahwa kondisi sosial menurut pemerintah kurang baik. Faktor kelima yaitu, kondisi masyarakat bahwa adanya relokasi dapat meningkatkan perekonomian sekitar.



LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:


Nama : Lu'Lu' Un Nisa'
NIM : 210715087
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Persepsi Pedagang Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap
Relokasi Pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian Munaqasah.

Ponorogo, 1 Januari 2020

Menyetujui,
Pembimbing


Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Ummat Rosulotul Janah, M.Ag
NIP: 197507162005012005


Mansur Azis, Lc., M.S.I.
NIDN. 2024068601



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Analisis Persepsi Pedagang Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Relokasi Pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo
Nama : Lu'Lu' Un Nisa'
NIM : 210715087
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag. :
NIP. 197207142000031005

Penguji I
Unun Roudlotul Janah, M.Ag. :
NIP. 197507162005012005

Penguji II
Mansur Azis. Lc., M.S.I. :
NIDN. 2024068601

()
()
()

Ponorogo, 28 Februari 2020
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LU'LU' UN NISA'
NIM : 210715087
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Analisi Persepsi Pedagang Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Relokasi Pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo**

Menyatakan bahwa naskah skripsi/ tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 11 Maret 2020

Penulis



Lu'Lu' ' Un Nisa'

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Lu'Lu' Un Nisa'**
NIM : 210715087
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan ini, saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan tulisan atau fikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 1 Januari 2020

Yang Membuat Pernyataan



Lu'Lu' Un Nisa'

210715087

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian kota sangat ditentukan oleh lajunya arus sistem perdagangan di kota itu sendiri. Salah satu sarana perdagangan yang sampai saat ini tetap eksis di lingkungan desa maupun perkotaan adalah pasar tradisional. Sifat dan khas tradisional memiliki fungsi penting yang keberadaannya tidak pernah bisa digantikan oleh pasar modern.

Pasar menurut Yulia Nurlia Lukito menyatakan pasar adalah wadah yang menampung penjual dan pembeli dengan cara jual beli.

Pasar adalah suatu wadah yang menampung kegiatan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi jual beli, termasuk penukaran barang, jasa dan informasi. Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi dan alokasi sumber daya dalam masyarakat. Kegiatan di dalam pasar merupakan bagian dan perekonomian, sekaligus juga sebagai tempat kegiatan sosial dan rekreasi. Perkembangan pasar secara garis besar diawali dengan adanya dua kebutuhan yang berbeda sehingga muncul pertukaran barang dan jasa.¹

¹ Yulia Nurliani Lukito, *Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional melalui Pendekatan Desain dan Interaksi Pengguna Ruang*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 16

Pasar tradisional berkaitan erat dengan unsur kebudayaan yaitu sistem dan organisasi kemasyarakatan serta berkaitan dengan sistem mata pencaharian hidup. Adanya pasar maka terjadinya pertemuan atau tatap muka antara penjual dan pembeli. Pasar memiliki multiperan, selain terjadinya pertemuan antara produsen dan konsumen pasar memiliki fungsi sebagai tempat pertemuannya sebagai yang dibawa oleh setiap masyarakat yang memanfaatkan pasar.

Terdapat beberapa fungsi ekonomi yang bisa diperankan oleh pasar tradisional adalah:²

- a. Tempat masyarakat memenuhi kebutuhan pokoknya dengan harga yang relatif murah melalui sistem tawar-menawar
- b. Tempat yang bisa dimasuki oleh pelaku ekonomi lemah yang secara jumlah merupakan mayoritas, sehingga mendukung ekonomi kerakyatan.
- c. Salah satu sumber pendapatan asli daerah lewat retribusi faktor penting dalam perhitungan tingkat pertumbuhan ekonomi di berbagai skala.
- d. Tempat melestarikan produk kebudayaan setempat seperti makanan dan produk lokal lainnya.³

Keberadaan pasar, khususnya pasar tradisional merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Sebagai salah

² Nyoman Suartha, *Revitalisasi Pasar Tradisional Bali Berbasis Pelanggan (Studi Kasus di Kabupaten Gianyar)*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2016), 10

³ Yulia Nurliani Lukito, *Revitalisasi Ruang ...*, 13

satu cara publik keberadaan pasar tradisional juga mendukung kegiatan ekonomi masyarakat. Perkembangan dan perubahan gaya hidup yang dipromosikan begitu hebat oleh berbagai media telah membuat eksistensi pasar tradisional menjadi sedikit terusik. Namun demikian, pasar ternyata masih mampu untuk bertahan dan bersaing di tengah serbuan modern dalam berbagai bentuknya. Kenyataan ini dipengaruhi oleh adanya karakter/budaya konsumen. Meskipun informasi tentang gaya hidup modern dengan mudah diperoleh, tetapi tampaknya masyarakat masih memiliki budaya untuk tetap berkunjung dan berbelanja ke pasar tradisional. Terdapat perbedaan yang sangat mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern. Perbedaan itulah adalah di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga. Dalam proses tawar-menawar terjalin kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern.⁴

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Sawasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan

⁴ *Ibid.*,

usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Kabupaten Ponorogo memiliki pasar tradisional yaitu pasar Songgolangit yang sudah beroperasi puluhan tahun dan sudah sangat membantu masyarakat luas untuk melakukan aktivitas jual beli. Pada tahun 2017 pasar Songgolangit mengalami musibah yaitu terbakarnya semua unit kios maupun pertokoan yang ada di pasar Songgolangit. Pada saat kejadian aktivitas dagang di pasar sendiri sebenarnya masih berjalan terutama para pedagang sayur. Namun kobaran api cepat menjalar hampir keseluruhan bangunan pasar terutama lantai atas dan tengah.

Dengan kejadian kebakaran Pasar Songgolangit ini tentunya menyebabkan kerugian yang sangat besar, terutama bagi para pedagang yang memiliki kios dan berjualan disana, semua barang yang mereka jadikan sebagai tumpuan mata pencaharian uang sehari-hari habis terbakar. Kebakaran pasar membuat para pedagang harus memikirkan bagaimana caranya mereka dapat memperbaiki kondisi ekonomi mereka, karena kerugian tersebut para pedagang harus memiliki modal kembali untuk dapat berjualan setelah barang dagangan habis terbakar. Selain bagi para pedagang, masyarakat sekitar ikut mengalami kerugian, karena Pasar Songgolangit merupakan pusat perbelanjaan terbesar di wilayah Ponorogo.

Dari kebijakan relokasi pasar tradisional Songgolangit pemerintah memindahkan lokasi pasar sementara ke bekas RSUD Harjono. Setelah kebijakan

relokasi ini direalisasikan banyak persepsi pedagang yang berbeda dengan perelokasian ini. dari segi tempat, infrastruktur, sarana-prasarana pasar, kondisi sosial maupun kondisi masyarakat pasar baru tersebut. Dari beberapa pedagang yang berpendapat bahwa pasar yang baru kurang memadai untuk pedagang dengan tempat maupun prasarana lainnya.⁵

Setelah terjadinya pemindahan bahwa bangunan pasar yang hanya berbentuk los yang terdiri 4 los di bagi 3 bagian seperti, pedagang bekas stasiun, pedagang bekas pengadilan, pedagang pasar Songgolangit, pedagang tersebut mengeluhkan bahwa infrastruktur bangunan pasar yang kurang kuat dan lapak-lapak pedagang lebih sempit dari pasar lama. Sehingga ada beberapa pedagang yang tidak menempati tempat relokasi pasar tersebut⁶.

Hal tersebut menarik untuk dijadikan penelitian mengenai **Analisis Persepsi Pedagang Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Relokasi Pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo**

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan jelas, maka dari itu perlu adanya pembatasan masalah yang jelas agar pembahasan tidak terlalu meluas dan melebar. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah analisis persepsi pedagang dan kebijakan pemerintah terhadap relokasi pasar Songgolangit.

⁵ “Yoyok, *Wawancara* 13 Mei 2019”

⁶ “Wawan , *Wawancara*, 26 Februari 2020”

C. Penegasan Istilah

1. Persepsi pedagang

Persepsi secara etimologi diartikan sebagai pandangan terhadap sesuatu objek tertentu. Persepsi juga bisa diartikan sebagai proses, pemahaman terhadap sesuatu informasi yang disampaikan oleh orang lain yang sedang saling berkomunikasi, berhubungan, atau kerjasama

2. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan publik atau pemerintah adalah keputusan-keputusan yang mengikat bagi orang banyak pada tataran strategis atau bersifat garis besar yang dibuat oleh pemegang otoritas publik. Sebagai keputusan yang mengikat publik maka kebijakan publik haruslah di buat oleh otoritas publik, yakni mereka yang menerima mandat dari publik atau orang banyak, umumnya melalui proses pemilihan untuk bertindak atas nama rakyat banyak⁷.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi pedagang terhadap relokasi pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo?
2. Bagaimana kebijakan pemerintah terhadap relokasi pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi pedagang terhadap relokasi pasar Songgolangit.

⁷ Ferry Efendi & Makhfudli, “Keperawatan Kesehatan Komunitas Teori dan Praktik dalam keperawatan”, (Jakarta: Selemba Medika, 2009), 135

2. Untuk mengetahui bagaimana persepsi kebijakan pemerintah terhadap relokasi pasar Songgolangit.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu:

1. Bagi pemerintah, sebagai bahan masukan yang bermanfaat bagi masyarakat ataupun bagi institusi yang terkait, khususnya bagi dinas paar Kabupaten Ponorogo dalam menetapkan berbagai kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan pasar tradisional.
2. Bagi penulis, memberikan kontribusi pemikiran untuk memperluas pengetahuan dalam disiplin ilmu yang penulis tekini.
3. Bagi penulis lain, sebagai bahan referensi yang nanti dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan pebnelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

G. Studi Penelitian Terdahulu

Pada bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori yang menjadi dasar dalam penelitian ini. Uraian berikut akan membantu untuk memahami gambaran topik dan permasalahan yang ada. Penelitian ini berusaha memberikan gambaran mengenai Persepsi Pedagang terhadap Kebijakan Pemerintah Pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo.

Penelitian yang dilakukan oleh Syobrian Mokoginta dkk (Program Studi Perencanaan Wilayah & Kota Universitas Sam Ratulangi Manado, 2011) dengan judul “Persepsi Masyarakat Terhadap Relokasi Pasar Tradisional Di Kelurahan Genggulang

Kecamatan Utara”. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana tanggapan masyarakat dan pedagang mengenai masalah relokasi pasar tersebut dan strategi apa saja yang bisa meraimakan pasar baru serta apa sebenarnya yang diinginkan masyarakat dan pedagang terkait dengan masalah ini. Dengan demikian yang menjadi sumber informasi dari penelitian ini yaitu masyarakat sekitar dan khususnya kecamatan Kotamobagu Utara dan pedagang Pasar Tradisional Genggulang. Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini, kesimpulan yang didapatkan yaitu mayoritas pedagang dan masyarakat sekitar menolak pelaksanaan relokasi, karena tidak tersedianya terminal di lokasi pasar yang baru yaitu Pasar Tradisional Genggulang serta lokasi pasar yang baru tidak strategis.⁸

Perbedaan dari penelitian diatas berorientasi pada persepsi masyarakat pasar tradisional sedangkan persamaan dari penelitian ini menggunakan teori relokasi pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Abraham Stanley Marino Pardede (Departemen Ilmu Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Meda 2014) dengan judul “Persepsi Pedagang Terhadap Perencanaan Relokasi (Pusat Pasar) Medan”.

⁸Syobrian Mokoginta dkk, “ *Persepsi Masyarakat Terhadap Relokasi Tradisional Di Kelurahan Genggulang Kecamatan Kotamobagu Utara*”, (Program Studi Perencanaan Wilayah & Kota Universitas Sam Ratunngi Manado, 2011), 4

Tujuan penelitian untuk mengetahui persepsi pedagang terhadap perencanaan relokasi (pusat pasar) Medan. Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Pusat Pasar Medan yang berada di Pusat Pasar kota Medan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara secara mendalam, dan studi kepustakaan. Adapun yang menjadi unit analisa informan dalam penelitian ini adalah pedagang Pusat Pasar Medan yang berada di Pusat Pasar Medan. Interpretasi data dilakukan dengan menggunakan data-data yang didapat dari hasil observasi, wawancara, kesimpulan bahwa persepsi pedagang Pusat Pasar Medan terhadap Relokasi Pusat Pasar adalah belum seragam dalam hal berbagai pertimbangan dan kondisi. Disarankan agar pemerintah dan dinas terkait agar lebih mensosilaisaikan program relokasi ini terutama kepada pedagang juga masyarakat.⁹

Perbedaan dari penelitian diatas adalah sama-sama membahas tentang persepsi pedagang terhadap relokasi, sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah objek dan studi kasus yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Adawiyah Hasibuan yaitu penelitian tentang Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisonal Terhadap Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Relokasi Ke Pasar

⁹ Abraham Stanley Marino Pardede, *“Persepsi Pedagang Terhadap Perencanaan Relokasi (Pusat Pasar) Medan”*, (Departemen Ilmu Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan 2104)

Induk Di Kota Medan (Studi kasus Pasar Sutomo Medan). Latar belakang masalah pasar yang ditempati para pedagang sebagian tidak mau direlokasikan ke tempat yang baru sehingga pedagang yang di baru mengalami penurunan pendapatan dan pasar yang baru sangatlah sepi sering terjadi perampokan Hasil penelitian tersebut pendapatan yang didapat oleh pedagang ada yang mengalami perubahan dan ada yang tidak mengalami perubahan. Dampak perubahan dari pengelolaan pasar tradisional tidak ada ventilasi didalam kios, sehingga sulit dalam menata barang dagangan sembako yang dijajakan. Adapun dampak positif adalah pasarnya bersih, bangunannya bagus.¹⁰

Perbedaan dari penelitian diatas berorientasi pada dampak pasar dan pendapatan sedangkan persamaan dalam penelitian ini sama menggunakan teori relokasi.

Penelitian yang di lakukan oleh Novan Andrianto, Evaluasi Implementasi Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima Belakang Kampus Universitas Sebelas Maret Di Kota Surakarta jurusan Sosial. Latar belakang masalah keberadaan PKL telah mengakibatkan kampus menjadi kumuh dan berpengaruh pada citra negative kampus UNS di mata masyarakat. Di samping itu ketertiban dan keamanan kampus kurang dapat dipertanggungjawabkan. Selain

¹⁰ Nurul Adawiyah Hasibuan, *Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Relokasi Ke Pasar Induk Di Kota Medan (Studi Kasus Pasar Sutomo Medan)*, (Skripsi, 2017)

itu, PKL di sekitar Kampus UNS ternyata cukup mengganggu kenyamanan lalu lintas sekitar kampus dengan pertimbangan maka PKL di belakang kampus UNS di relokasikan ke tempat yang telah di sediakan Pemkot di belakang kantor kecamatan Jebres. Hasil penelitian dengan dilaksanakannya relokasi PKL di pasar Panggung Rejo dampak yang cukup terasa adalah dampak ekonomi. Para PKL mearsakan penurunan pendapatan secara drastic. Hal ini disebabkan karena letak pasar Panggung Rejo yang kurang strategis.¹¹

Perbedaan dari penelitian diatas berorientasi pada evaluasi implementasi pedagangan kaki lima sedangkan persamaan dari penilitian ini menggunakan teori relokasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasnawati, Dampak Relokasi Pasar Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Laino Raha Jurusan pendidikan Geografi dampak perubahan lokasi dari Pasar Laino ke Pasar Panjang. Latar Belakang Masalah relokasi pasar di laksanakan bertujuan untuk menertibkan pedagang tetapi dengan adanya relokasi pendapatan pedagang menurun akibat pengujung sepi. Banyak pedagang yang berpindahlokasi pasar lama 70% pedagang yang di relokasikan. Hasil Penelitian memiliki dampak negatif yang lebih besar terhadap kondisi ekonomi pedagang, hal ini dapat dilihat dari rata-rata pendapatan bersih pedagang, dimana terjadi

¹¹ Novan Andrianto, *Evaluasi Implementasi Kebijakan Relokasi Pedangang Kaki Lima Belakang Kampus Universitas Sebelas Maret Di Kota Surakarta jurusan Sosial*,(Skripsi: 2012),

penurunan rata-rata pendapatan bersih pedagang saat di Pasar Panjang dari Rp 5.502.305,- per bulan menjadi Rp 2.638.367,- per bulan atau terjadi penurunan sebanyak 52%. Hal tersebut berdampak negatif terhadap pemenuhan kebutuhan hidup pedagang, diaman 96% pedagang menyatakan bahwa omset yang di dapat saat tidak bisa mencukupi kebutuhan hidup mereka dengan baik. Dampak yang kedua, masalah social pedagang tergolong menjadi dua, yaitu dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif tersebut yaitu hubungan paska relokasi semakin baik, kerjasama yang terjalin baik, dan juga dengan adanya relokasi pasar bisa menambah rekan dan pedagang yang awalnya tidak saling mengenal kini menjadi kenal dan akrab, sedangkan dampak negatifnya adalah relokasi pasar menimbulkan konflik antar pedagang dengan satpol PP.¹²

Perbedaan dari penelitian diatas beorientasi pada dampak dan kondisi sosial, ekonomi sedangkan persamaan dalam penelitian ini sama menggunakan teori relokasi.

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dilapangan (*field research*). Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kualitaitaif, yaitu jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur

¹² Hasnawati, *Dampak Relokasi Pasar Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Laino Raha*, (Skripsi, 2016)

kuantifikasi, perhitungan statistic atau bentuk cara-cara lainnyayang menggunakan ukuran angka.¹³

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek peneliti. Jadi, peneliti dilakukan dengan melakukan wawancara secara langsung dengan para informan.¹⁴ Pada penelitian dengan memuat persepsi pedagang dan kebijakan pemerintah terhadap relokasi pasar.

2. Kehadiran Peneliti

Penelitian kualitatif adalah proses pencarian data untuk memahami masalah sosial yang didasari pada penelitian yang menyeluruh, dibentuk oleh kata-kata, dan diperoleh dari situasi yang alamiah. Pada penelitian ini, peneliti berusaha memahami subjek dari kerangka berpikirnya sendiri.¹⁵

Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti sebagai instrumen kunci, pengumpul data dan partisipasi penuh dengan melakukan pengamatan berperan serta yaitu peneliti melakukan interaksi dengan subjek dalam waktu yang lama dan selama

¹³ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2016), 82

¹⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), 6.

¹⁵ Afifudin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2009), 84.

itu, data dalam bentuk catatan lapangan dikumpulkan secara sistematis.¹⁶

3. Lokasi/ Tempat Penelitian (Penelitian Lapangan)

Penelitian di laksanakan di Pasar Songgolangit Kecamatan Ponorogo Kabupten Ponorogo. Ketertarikan peneliti melakukan penelitian di Pasar Songgolangit yaitu karena terdapat masalah yang menarik untuk diteliti, masalah tersebut berkaitan dengan persepsi pedagang dan kebijakan pemerintah mengenai tentang relokasi pasar.

4. Data dan Sumber Data

Mengingat banyaknya informan dengan waktu penelitian yang begitu singkat, maka dalam penelitian ini peneliti tidak mungkin untuk meneliti seluruh informan, agar peneliti tetap sesuai dengan tujuannya, maka peneliti perlu mengambil sebagian dari informan yang ada dengan maksud untuk memperkecil obyek yang diteliti. Berikut rincian terkait data dan sumber data dalam penelitian ini :

No	Data yang di gali	Informan
1	Persepsi pedagang terhadap relokasi pasar Songgolangit	-Ibu Murtini (pedagang buah) -Ibu Nur (pedagang pakaian) -ibu mistri (pedagang pisang)

¹⁶Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 164

		-ibu Siti Julaikah (pedagang sembako) -ibu Husna (penjual gerabah) -bapak Moh Sahli (pedagang sayur) -wawan (pedagang ikan laut) -yoyok (pedagang buah)
2	Persepsi kebijakan pemerintah terhadap relokasi pasar Songgolangit	-Bapak Widodo -Bapak Wahyudin

Data dan sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data yang diperoleh langsung dari informan di lapangan sesuai dengan permasalahan yang di bahas dalam penelitian. Data yang di gali mengenai persepsi pedagang terhadap relokasi pasae Songgolangit Kabupaten Ponorogo dan persepsi kebijakan pemerintah terhadap relokasi pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo.

Di mana terkait persepsi pedagang dan persepsi kebijakan pemerintah terhadap relokasi pasar Songgolangit akan dianalisis lokasi, infrastruktur, sarana dan prasarana, kondisi sosial, kondisi masyarakat.

5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Metode Wawancara/ Interview

Interview, yakni interaksi dan komunikasi langsung antara penulis dengan responden, dalam hal ini penulis menggunakan wawancara bebas terpimpin yaitu bebas dalam mengadakan wawancara dengan berpijak pada pedoman wawancara terstruktur yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan kemudian penulis berusaha memotivasi dan menyusun kembali jawaban informan.¹⁷ Wawancara dilakukan dengan mengambil responden langsung dari pedagang pasar tradisional Songgolangit.

b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dengan metode ini diharapkan peneliti memperoleh data tentang pemakaian bahan baku, biaya persediaan dan data lain yang berhubungan dengan permasalahan. Pada penelitian ini memuat gambar dari pasar Songgolangit, bangunan setelah di relokasi dan keseharian pedagang melakukan jual beli. Dokumentasi ini untuk menguatkan penelitian pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo.

6. Teknik Pengelolaan Data

Data yang diperoleh kemudian diolah dengan metode sebagai berikut:

¹⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penulisan Suatu Pendekatan Praktik*,(Jakarta:Rineka Cipta,1991), 183.

- a. Editing, yakni dengan memeriksa kembali semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapan, keterbacaan, kejelasan antara satu dengan yang lain, relevansi dan keseragaman satuan atau kelompok data.
- b. Pengorganisasian data, yakni menyusun dan mensistematika pertanyaan-pertanyaan dalam perumusan masalah.
- c. Analisis data, yakni proses menyusun data agar dapat ditafsirkan. Proses ini dilakukan mulai dari pengumpulan data dengan terus menerus dilakukan *verifikasi* sehingga kesimpulan akhir di dapat setelah seluruh data yang diinginkan di dapatkan.¹⁸

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperlukan dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Sehingga dapat dengan mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Teknik analisa kualitatif, mengikuti konsep yang diberikan Miles & Huberman menemukan bahwa aktifitas dalam analisa data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap

¹⁸ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah* (Ponorogo: STAIN Po PRESS, 2010), 152-153.

tahapan penelitian sehingga sampai tuntas dan datanya jenuh.¹⁹

Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis persepsi pedagang terhadap relokasi pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo
- b. Menganalisis Kebijakan Pemerintah terhadap relokasi pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo.

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Uji keabsahan data meliputi uji kredibilitas data (*validitas internal*), uji depenabilitas (*raliabilitas*) data, uji transferabilitas (*validitas eksternal/generalisasi*), dan uji komfirmabilitas (*obyektivitas*). Namun yang utama adalah uji kredibilitas data. Uji kredibilitas di lakukan dengan perpanjangan pengamatan meningkatkan ketekunan, trigulasi, diskusi dengan teman sejawat, memberchek dan analisis kasus negatif.²⁰

Untuk memeriksa data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik trigulasi. Menurut Sugiyono trigulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.

P O N O R O G O

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2013), 333-345

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 294.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga macam triangulasi yaitu:

a. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari berbagai sumber. Data tersebut bisa diperoleh dari atasan, bawahan atau karyawan dan teman kerja merupakan kelompok kerja

b. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu di cek dengan observasi dan dokumentasi.

c. Triangulasi waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan melalui teknik wawancara di pagi hari saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang valid sehingga lebih kredibel.²¹

I. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan penelitian ini terbagi menjadi 5 bab yang secara ringkas diuraikan sebagai berikut:

Bab I yaitu pendahuluan. Pada bab ini berisi judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan

²¹ *Ibid.*, 273-274

masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II yaitu kajian teori. Pada bab ini berisi tentang teori yang mendasari berkaitan dengan pembahasan dalam laporan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis masalah. Teori yang dibahas dalam penelitian ini terkait dengan teori relokasi pasar, persepsi, pedagang dan kebijakan pemerintah.

Bab III yaitu paparan data. Pada bab ini berisi data penelitian yang terdiri dari profil pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo, persepsi pedagang terhadap relokasi pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo, persepsi kebijakan pemerintah terhadap relokasi pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo.

Bab IV yaitu analisis. Pada bab ini merupakan proses penafsiran data menggunakan teori dalam rangka menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Pada bab ini memuat tentang hasil penelitian yang berisi tentang analisis persepsi pedagang terhadap relokasi pasar Songgolangit dan analisis persepsi kebijakan pemerintah terhadap relokasi pasar Songgolangit kabupaten Ponorogo

Bab V yaitu penutup. Pada bab ini memuat tentang kesimpulan untuk persepsi pedagang terhadap relokasi pasar Songgolangit kabupaten Ponorogo dan persepsi kebijakan pemerintah kabupa terhadap relokasi pasar Songgolangit kabupaten Ponorogo. Pada bab ini juga memuat tentang saran-saran untuk pihak pedagang

dan pihak pemerintah pasar yang bersangkutan, serta pihak lain yang berkepentingan dengan penelitian ini.



BAB II

KAJIAN TENTANG RELOKASI PASAR, PERSEPSI, PEDAGANG DAN KEBIJAKAN PEMERINTAH

1. Relokasi Pasar

a. Pengertian Relokasi

Relokasi secara istilah adalah pemindahan sedangkan secara bahasa terjemahan bahasa Indonesia adalah membangun kembali perumahan, harta kekayaan, termasuk tanah produktif dan prasarana umum di lokasi atau lahan lain. Dalam relokasi adanya objek dan subjek yang terkena dampak dalam perencanaan dan pembangunan relokasi. Relokasi merupakan pemindahan suatu tempat ke tempat yang baru. Relokasi adalah salah satu wujud kebijakan pemerintah daerah yang termasuk dalam kegiatan revitalisasi. Revitalisasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti proses, cara dan perbuatan menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya kurang terbedaya.¹

Dalam pemilihan lokasi pembangunannya, pasar sebaiknya didirikan pada lokasi yang rama dan luas. Pendirian pada lokasi yang tidak ada aktivitas perdagangannya, sangat sulit di harapkan akan dikunjungi oleh masyarakat. Sedangkan jumlah penduduk, pendapatan perkapita, distribusi pendapatan, aglomerasi dan kebijaksanaan

¹ Marsekaldo Rivaldo Manzanaris, dkk, *Dampak Kebijakan Relokasi Pasar Tradisional Rawaya di Wilayah Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara*,2

pemerintah juga sangat mempengaruhi penentuan lokasi suatu kegiatan.

Untuk mencapai keseimbangan ekonomi ruang harus memenuhi beberapa syarat berikut ini:

- 1) Setiap lokasi usaha menjamin keuntungan maksimum bagi penjual maupun pembeli
- 2) Terdapat cukup banyak usaha pertanian dengan penyebaran cukup merata, sehingga seluruh permintaan yang ada dapat dilayani
- 3) Konsumen bersikap indifferent terhadap penjual manapun dan satu-satunya pertimbangan untuk membeli adalah harga yang rendah.

Berdasarkan uraian di atas, maka relokasi merupakan pemindahan lokasi dari satu tempat ke tempat lain, di mana relokasi tersebut berhasil jika pemindahan lokasi baru, tidak jauh dari relokasi lama, sehingga komunikasi masyarakat dan jaringan sosial yang sudah baik masih dipertahankan.²

Adapun ada 5 faktor yang mempengaruhi relokasi pasar:

- 1) Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana adalah fasilitas atau perlengkapan yang disediakan untuk mempermudah pekerjaan manusia. Fungsi sarana dan prasarana yaitu meningkatkan produktivitas baik barang maupun jasa, dapat menimbulkan rasa nyaman bagi orang-orang

² *Ibid.*, 11

yang berkepentingan, membuat ketetapan susunan stabilitas terjamin, dapat lebih sederhana atau memudahkan dalam gerak para pengguna atau pelaku.

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Mari Elka pembenahan sarana fisik pasar ada 6 komponen yaitu, perencanaan tata ruang, arsitektur bangunan, pengaturan lalu lintas, kualitas konstruksi, air bersih dan limbah, sistem elektrikal, pencegahan kebakaran, penanggulan sampah.³

2) Infrastruktur

Infrastruktur adalah sistem fisik yang menyediakan sarana transportasi, drainase, pengairan, bangunan gedung serta fasilitas publik lainnya, yang mana sarana ini dibutuhkan untuk memenuhi berbagai kebutuhan dasar manusia baik itu kebutuhan ekonomi maupun sosial. ⁴

3) Lokasi pasar

Lokasi dan tempat relokasi baru adalah faktor penting dalam perencanaan relokasi, karena sangat menentukan kemudahan menuju lahan usaha, jaringan sosial, pekerjaan, bidang usaha, kredit dan peluang besar. setiap lokasi mempunyai keterbatasan dan peluang masing-

³ Galuh Oktavina, *Redesain Pasar TradisaionalJongke Surakarta*, Jurnal (Surakarta:Surakarta, 2017), 50

⁴ Persembahan Untuk Indonesia Buku Putih “ Kajian dan Aksi Strategis HMS ITB 2018/2019

masing. Memilih lokasi yang sama baik dengan kawasan yang dahulu (tempatnya yang lama) dari segi karakteristik lingkungan, sosial budaya dan ekonomi akan lebih memungkinkan relokasi dan pemilihan pempdapatan berhasil.⁵

4) Kondisi Sosial

Kondisi sosial adalah suatu keadaan yang berhubungan erat dengan keadaan atau situasi yang ada di dalam masyarakat tertentu. Jadi, kondisi sosial pada pedagang dapat berhubungan dengan pedagang itu sendiri maupun dengan pembeli.

5) Kondisi Masyarakat

Kondisi sosial masyarakat adalah sebagai suatu keadaan atau situasi masyarakat yang ada pada Negara tertentu dan pada saat tertentu.

b. Pengertian Pasar

Dalam Bahasa Latin, pasar dapat ditelusuri melalui akar dari kata *mercatus*, yang bermakna berdagang atau tempat berdagang. Terdapat tiga makna yang berbeda didalam pengertian tersebut: 1) pasar dalam artian secara fisik; 2) sebagai tempat mengumpulkan; 3) hak atau ketentuan yang legal tentang suatu pertemuan pada suatu market place. Menurut Swedberg yang dikutip Zuzmelia, menemukan arti baru yaitu “membeli dan menjual

⁵ Hasnawati, *Dampak Relokasi Pasar*, 11

secara umum dan penjualan (interaksi pertukaran) yang dikontrol oleh *demand* dan *supply*⁶.

Menurut Wiliam J Stanton dalam Sattar mengemukakan “pengertian pasar yang lebih luas pasar dikatakannya merupakan orang-orang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya”. Jadi dalam pengertian tersebut terdapat faktor-faktor yang menunjang terjadinya pasar, yaitu keinginan, daya beli dan tingkah laku dalam pembelian.⁷

Menurut Kotler menyatakan pasar merupakan kumpulan pembeli dan potensial dari suatu produk.

Pasar (market) adalah kumpulan pembeli aktual dan potensial dari suatu produk. Para pembeli ini mempunyai kesamaan kebutuhan atau keinginan dipuaskan melauli hubungan pertukaran.⁸ Pada dasarnya pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli, atau pasar adalah daerah atau tempat (area) yang di dalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran saling bertemu untuk membentuk suatu harga.⁹

⁶ Damsar & Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 253

⁷ Sattar, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), 160

⁸ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12*, (:Erlangga, 2006), 9

⁹ Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017),

Pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.¹⁰

c. Macam-macam Pasar

Berdasarkan bentuk fisiknya, pasar dibagi menjadi dua yaitu:

a) Pasar Tradisional

Pengertian pasar sebagai tempat orang berjual beli berhubungan dengan fasilitas yang kota sediakan yang mampu mendukung aktivitas jual beli dan kebutuhan untuk beriteraksi, di pasar tradisional orang dapat berjual beli, dan melakukan aktifitasnya para pedagang dan pembeli masih berpegang pada norma dan kebiasaan yang ada secara turun-menurun. Adapun kebiasaan tersebut bertemunya pedagang dan pembeli secara langsung, juga melakukan kegiatan tawar-menawar, menayakan keadaan masing-masing, sehingga terdapat komunikasi antara sesama pedagang dan pembeli yang memiliki peran besar.

¹⁰ Kasmir & Jakfar , *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2003), 40

Pasar tradisional kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini umumnya terletak dekat Kawasan perumahan agar memudahkan pembeli mencapai pasar.¹¹

b) Pasar Modern

Pasar modern mengandung pengertian yang tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional. Namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barkode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual diantaranya: buah, sayuran, daging; pakaian, dan barang yang dapat bertahan lama lainnya. Contoh dari pasar modern adalah pasar swalayan, *hypermarket*, *supermarket*, *minimarket*, dan toko serba ada.¹²

¹¹ Yulia Nurliani Lukito, *Revitalisasi Ruang*, 17

¹² Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 76

Selain menyediakan barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui peyeleksian yang ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan kualifikasi tidak akan diperdagangkan. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Umumnya barang-barang yang telah dibeli dipusatkan digudang besar, sebelum itu tersebar oleh bagian penyaluran barang.

Pasar modern yang biasanya berada dalam bangunan yang mewah selalu dilengkapi dengan pendingin udara sejuk (air conditioning/ AC), suasana yang nyaman dan bersih, produk yang dijual dikelompokkan sehingga konsumen mudah mendapatkan barang yang dibutuhkan (pemajangan barang per kategori), mudah dicapai dan relative lengkap, informasi produk tersedia melalui mesin pembaca, serta adanya keranjang belanja dan keranjang dorong. Rantai distribusi pasar ini adalah produsen, distributor/pengecer, konsumen.¹³

¹³ *Ibid.*, 77

Berdasarkan ukuran luas geografis, dibedakan menjadi:

Pasar lokal, dimaksud pasar lokal adalah pertemuan penawaran dan permintaan akan barang dan jasa sebatas daerah setempat. Produk yang ada di pasar umumnya sangat terbatas dan untuk memenuhi kebutuhan lokal. Pasar regional adalah penawaran dan permintaan akan barang dan jasa dimana produk yang ada dipasar untuk memenuhi kebutuhan daerah/wilayah regional. Pasar Internasional atau pasar dunia adalah permintaan dan penawaran berbagai produk dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara untuk dipasarkan ke negara lain.¹⁴

Berdasarkan ukuran waktu, di bedakan menjadi:

- a) pasar harian, pasar jenis ini, keseimbangan antara jangka pendek, sehingga sejumlah barang yang tersedia sedikit dan terbatas pada hari itu saja. Pada pasar ini tidak ada kesempatan untuk memperbanyak jumlah barang dipasar.
- b) Pasar jangka pendek, dalam pasar ini terdapat kesempatan untuk memperbesar jumlah barang yang diperdagangkan. Akan tetapi, hanya sebatas faktor produksi yang tersedia.
- c) Pasar jangka Panjang, perusahaan dapat menghadapi penambahan permintaan karena

¹⁴ Nyoman Suartha, *Revitalisasi Pasar Tradisional*,11

dapat mengubah produksinya untuk memenuhi permintaan pasar.

Berdasarkan kegiatannya, dibedakan menjadi:

- a) Pasar barang, dimaksudkan pasar barang adalah tempat bertemunya permintaan dan penawaran barang. Dengan berkembangnya jumlah penduduk dan alat pemuas kebutuhan maka pasar barang menjadi sangat beragam.
- b) Pasar tenaga, adalah permintaan dan penawaran tenaga kerja.¹⁵

2. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Menurut Julia T Wood dalam bukunya “Persepsi adalah proses aktif menyeleksi, mengatur, dan menafsirkan orang, objek peristiwa, situasi, dan aktivitas”. Hal pertama yang perlu diperhatikan definisi adalah bahwa persepsi adalah proses aktif. Fenomena tidak memiliki arti intrinsik yang kita terima dengan pasif. Sebaliknya bekerja aktif untuk mengerti diri kita sendiri, orang lain, situasi dan fenomena lain¹⁶

Rudolph F Verderber dalam Suranto menjelaskan dalam mengenai persepsi: Persepsi adalah “proses menafsirkan informasi indrawi”. Persepsi merupakan proses internal yang dilalui individu dalam menyeleksi, dan mengatur stimuli yang datang dari luar. Stimuli itu di tangkap oleh

¹⁵ *Ibid.*, 12

¹⁶ Julia T. Wood, *Komunikasi: Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan kita)*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), 27

indera dan secara spontan pikiran dan perasaan akan memberi makna atas stimuli tersebut. Secara sederhana persepsi dapat dikatakan sebagai proses individu dalam memahami kontak/ hubungan dengan dunia sekelilingnya.¹⁷

b. Proses terjadinya Persepsi

Tahap awal dari proses ini adalah sensasi. Sensasi adalah kesadaran akan adanya suatu rangsang. Sensasi sama dengan penginderaan. Semua rangsang masuk dalam diri seseorang melalui panca indera, yang kemungkinan diteruskan ke otak yang menjadikan sadar akan adanya rangsang tersebut.

Proses terjadinya persepsi yaitu objek yang menimbulkan stimulus dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Proses stimulus mengenai indera merupakan proses kalamatan atau proses fisik. Stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensorik ke otak. Proses ini tersebut proses fisiologis, kemudian terjadilah proses otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, atau apa yang didengar, atau apa yang diraba, yaitu stimulus yang diterima melalui alat indera. Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi sebenarnya.

¹⁷Suranto, *Komunikasi Sosial Budaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 197

c. Prinsip Persepsi

Sebagian besar dari prinsip persepsi merupakan prinsip pengorganisasian berdasarkan teori Gestalt. Teori Gestalt percaya bahwa persepsi bukanlah hasil penjumlahan bagian yang diindra seseorang, tetapi lebih dari itu, merupakan keseluruhan (*the whole*). Teori Gestalt menjabarkan beberapa prinsip yang dapat menjelaskan cara seseorang menata sensasi menjadi suatu bentuk persepsi.¹⁸

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

- a. Minat, artinya semakin tinggi minat seseorang terhadap suatu objek atau peristiwa, maka makin tinggi juga minatnya dalam mempersepsikan objek atau peristiwa.
- b. Kepentingan, artinya semakin dirasakan penting terhadap suatu objek atau peristiwa bagi diri seseorang, maka semakin peka dia terhadap objek-objek persepsinya.
- c. Kebiasaan, artinya semakin sering dirasakan objek atau peristiwa, maka semakin terbiasa dalam membentuk persepsi.
- d. Konstansi, artinya adanya kecenderungan seseorang untuk melihat objek atau kejadian secara konstan sekalipun bervariasi dalam bentuk, ukuran, warna, dan kecemerlangan.¹⁹

¹⁸ Khaerul Umam, *Perilaku Organisasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 67

¹⁹ Heri Zan Pjeter. dkk, *Pengantar Psikopatologi untuk Keperawatan*, (Jakarta: Kencana, 2011), 24

3. Pedagang

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan “pedagang sebagai orang yang mencari nafkah dengan berdagang yaitu melakukan pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan”. Pengertian perdagangan berdasarkan ketentuan pasal 1 angka UU No.7/2014 adalah “tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negaradengan tujuan pengalihan hak atas barang dan jasa untuk memperoleh keuntungan”.²⁰

Sedangkan menurut Hasnawati Pedagang adalah” orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung”.²¹ Sosial ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan studi sosiologi ekonomi tentang pedagang terbagi atas:

1. Pedagang professional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.

²⁰ Andika Wijaya dan Widia Peace Ananta, *Hukum Bisnis Properti Di Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2017), 23

²¹ Hasnawati, *Dampak Relokasi*., 16

2. Pedagang semi profesional adalah pedagang pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang, tetapi pendapatan dari hasil pedagang merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga. Derajat tambahan tersebut berbeda pada setiap orang dan masyarakat.
3. Pedagang subsistensi merupakan pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas substensi untuk memenuhi ekonomi rumah tangga. Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau untuk mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak mengharapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh uang, malahan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

Dalam ekonomi pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan yaitu:²²

1. Pedagang distributor (tunggal) yaitu, pedagang yang memegang hak distribusi atau produk dari perusahaan tertentu.
2. Pedagang (partai) besar yaitu, pedagang yang membeli suatu produk dalam jumlah besar yang dimaksudkan untuk dijual kepada pedagang lain.
3. Pedagang eceran yaitu, pedagang yang menjual produk langsung kepada konsumen.

²² Nurul Adawiyah Hasibuan, *Analisis Dampak*, 154

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pedagang adalah orang yang menjual suatu barang dalam suatu tempat tertentu baik saudagar maupun masyarakat biasa dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup masyarakat, yang mana kegiatannya di lakukan setiap hari atau hari-hari tertentu sebagai mata pencaharian mereka.

d. Kebijakan Pemerintah

a. Definisi Kebijakan

Kebijakan adalah prinsip atau cara bertindak yang di pilih untuk mengarahkan pengambilan keputusan. Menurut Ealau dan Kennet Prewitt yang di kutip Charles O. Jones, kebijakan adalah sebuah ketetapan yang berlaku yang dicirikan oleh perilaku yang konsisten dan berulang baik dari yang membuatnya maupun menantinya yang terkena kebijakan itu.

Richard Rose dalam Suharno, sebagai pakar ilmu politik meyarankan kebijakan hendaknya sebagai serangkaian kegiatan yang sedikit banyak berhubungan beserta konsekuensi-konsekuensinya bagi mereka yang bersangkutan daripada sebagai suatu keputusan tersendiri. Kebijakan menurutnya “dipahami sebagai arah atau pola kegiatan dan bukan sekedar suatu keputusan untuk melakukan sesuatu”²³.

²³ Suharno, *Dasar-Dasar Kebijakan Publik Kajian Proses dan Analisis Kebijakan*, (Yogyakarta: Anggota IKAP, 2016), 4

b. Tujuan Kebijakan

Konteks pembangunan sosial, kebijakan social merupakan suatu perangkat mechanism, dan system yang dapat mengarahkan dan menterjemahkan tujuan-tujuan pembagunan. Kebijakan social senantiasa berorientasi kepada pencapaian tujuan social. Tujuan social ini mengandung dua pengertian yang saling terkait, yakni memecahkan masalah social dan memenuhi kebutuhan sosial. Tujuan pemecahan masalah mengandung arti mengusahakan atau mengadakan perbaikan karena adanya suatu keadaan yang tidak di harapkan (misalnya kemiskinan) atau kejadian yang bersifat destrutif atau patalogis yang mengganggu dan merusak tatanan masyarakat (misalnya kenakalan remaja).

Tujuan pemenuhan kebutuhan mengandung arti menyediakan pelayanan-pelayanan social yang diperlukan, baik dikarenakan adanya maslaha maupun tidak ada masalah, dalam arti bersifat pencegahan (mencegah terjadinya masalah atau pengembangan dalam arti (meningkatkan kualitas suatu kondisi agar lebih baik dari keadaan sebelumnya).

c. Analisa Kebijakan

Analisa kebijakan adalah suatu bentuk yang menghasilkan dan menyajikan informasi sedemikian rupa sehingga dapat member landasan dari para pembuat kebijakan dalam membuat keputusan. Analisis kebijakan meniliti sebab,

akibat, dan kinerja kebijakan public. Kebijakan didasarkan pada masalah yang ada di daerah, selanjutnya kebijakan harus secara terus menerus di pantau, direvisi dan di tambah agar tetap memenuhi kebutuhan yang terus berubah.²⁴

d. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan dilakukan pemerintah berkaitan erat dengan kebijakan publik. Kebijakan sesungguhnya bukanlah sekedar bersangkut paut dengan mekanisme penjabaran keputusan politik ke dalam prosedur rutin lewat saluran birokrasi pemerintah melainkan lebih dari itu, lebih menyangkut masalah konflik, keputusan dan siapa memperoleh apa dari suatu kebijakan. Kebijakan publik erat dengan putusan pemerintah dalam proses pembangunan. Kebijakan publik menjadi penting apabila kebijakan tersebut dijalankan atau diimplementasikan.²⁵

²⁴ Annisa Anindia Cahya Kamila, *Analisis Dampak Kebijakan Relokasi Pedagang Pasca Kebakaran Pasar Dari Sisi Pedagang dan Masyarakat. (studi kasus Pasar Panorama Lembang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, (Draft Skripsi, 2016), 20*

²⁵ *Ibid.*, 22

BAB III

PERSEPSI PEDAGANG DAN KEBIJAKAN PEMERINTAH TENTANG RELOKASI DI PASAR SONGGOLANGIT PONOROGO

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Pasar Songgolangit Ponorogo

Pasar Songgolangit telah berdiri sejak tahun 1827. Berawal pasar ini bernama pasar Legi di masa Ponorogo lama, ada beberapa besar yang tersebar di area Ponorogo. Pasar Pon di kota lama yang sekarang termasuk dalam wilayah kecamatan Babadan, Pasar Pahing di Kecamatan Balong Pasar Wage di Kecamatan Kauman dan Pasar Legi di tengah kota, sampai saat ini.¹

Kota Ponorogo tidak memiliki stasiun kereta, namun di masa lalu stasiun kereta berada di dekat Pasar Legi. Setelah stasiun kereta ini tidak dipakai maka beralih fungsi sebagai perluasan area Pasar Legi. Pasar terdiri atas pasar pagi atau sering disebut dengan pasar subuh dan siang. Kegiatan pasar subuh telah di mulai sejak dini hari dengan kebanyakan pedagang hasil bumi dari luar kota berdatangan serta para pedagang sayur keliling mulai mempersiapkan dagangannya. Sedangkan di pasar siang yang merupakan pasar utama, menjual bukan hanya hasil bumi, melainkan kebutuhan sandang, pangan dan kebutuhan sampingan lainnya.

¹Sejarah Pasar Legi Songgolangit Ponorogo, <https://situsbudaya.id/sejarah-pasar-legi-songgolangit-ponorogo/>, (diakses pada tanggal 25 September 2019, jam 12.55)

Berdasarkan sejarah modern sampai pada awal tahun 2000-an pasar ini bernama Pasar Legi, yang merupakan salah satu nama hari dalam system penanggalan Jawa. Namanya beralih menjadi Pasar Songgolangit setelah mengalami kebakaran pada tahun 2002. Pasca kebakaran pasar ini di renovasi total sehingga jauh berbeda dengan kondisi awalnya.

Bangunan pasar setelah direnovasi cukup modern jika dibandingkan dengan sebelum peristiwa kebakaran. Jika sebelumnya sebagian besar pasar masih beralaskan tanah setelah di bangun pasar ini memiliki dua lantai dengan bangunan yang permanen. Selain itu, peristiwa kebakaran pasar berubah nama menjadi Pasar Legi Songgolangit. Nama pasar diambil dari seorang putri, Dewi Songgolangit, dia adalah seorang Putri Dewi Songgolangit putri kerajaan Daha (sebuah wilayah di dekat Kediri) yang termahsyur pada masanya yang kisahnya termasuk dalam salah satu legenda kota Ponorogo utamanya berhubungan dengan asal-usul terjadinya Reog Ponorogo.

Pasar Songgolangit kembali mengalami kebakaran pada bulan Mei 2017 dengan kurang lebih 500-an kios terbakar dan kemudian dilakukan relokasi bekas Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) dr Harjono.²

2. Letak Geografis

² *Ibid.*,

Ponorogo adalah kabupaten di Provinsi Jawa Timur Indonesia. Kabupaten ini terletak di koordinat $111^{\circ} 17'$ - $111^{\circ} 52'$ BT dan $7^{\circ} 49'$ - $8^{\circ} 20'$ LS dengan ketinggian antara 92 sampai dengan 2.563 meter di atas permukaan laut dan memiliki luas wilayah $1.371,78 \text{ km}^2$. Kabupaten ini terletak di bagian barat provinsi Jawa Timur dan berbatasan langsung dengan provinsi Jawa Tengah atau lebih tepatnya 220 km arah barat daya dari ibu kota provinsi Jawa Timur, Surabaya³. Batas wilayah kabupaten Ponorogo adalah sebagai berikut:

Utara : Kabupaten Madiun, Magetan dan Nganjuk

Selatan : Kabupaten Pacitan dan Trenggalek

Barat : Kabupaten Pacitan dan Wonigiri (Provinsi Jawa Tengah)

Timur : Kabupaten Tulungagung dan Trenggalek

Kabupaten Ponorogo mempunyai luas wilayah $1.371,78 \text{ km}^2$ yang di bagi menjadi 2 sub-area, yaitu area dataran tinggi yang meliputi kecamatan Ngrayun, Sooko, Pulung dan Ngebel sisanya merupakan area dataran rendah. Sungai yang melewati ada 14 sungai dengan panjang antara 4 sampai dengan 58 Km sebagai sumber irigasi bagi lahan pertanian dengan produksi padi maupun

³ Kabupaten Ponorogo-Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Ponorogo,(diakses pada tanggal 13 Agustus 2019, jam 07:25)

hortikultura. Sebagian besar dari luas yang ada terdiri dari area lahan sawah sedang sisanya digunakan untuk tegal perkarangan, Kabupaten Ponorogo mempunyai dua musim yaitu penghujan dan kemarau.

Kabupaten Ponorogo terdiri atas 21 kecamatan yang menjadi 279 desa dan 26 kelurahan. Jarak ibukota Ponorogo dengan ibukota Provinsi Jawa Timur (Surabaya) kurang lebih 200 km arah timur laut dan ibukota (Jakarta) kurang lebih 800 km arah barat.⁴

Penelitian ini dilakukan di Pasar Songgolanggit Kabupaten Ponorogo, yang terletak di Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo di Jl. Soekarno Hatta Banyudono, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Adapun batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara : jalan kampung
- b. Sebelah selatan : pemukiman penduduk
- c. Sebelah barat : Akedemi Keperawatan
- d. Sebelah timur : jalan raya Ponorogo-Madiun

Ruas jalan di sebelah timur merupakan akses jalan besar arah Madiun Ponorogo, sedangkan jalan di depan pasar merupakan dahulunya banyak pertokoan dan warung, sampai sekarang masih berjualan. Jalan tersebut adalah jalan alternatif ke

⁴ *Ibid.*,

arah Tambakbayan maupun tembusan Madiun-Ponorogo.⁵

3. Sarana dan Prasarana

Lapak bagi para pedagang adalah unsur yang paling penting di dalam sebuah pasar, karena lapak merupakan tempat bagi pedagang untuk menjajakan barang dagangannya. Lapak di Pasar Songgolangit ini beragam, ada yang menggunkan kios dan stan, dan semua pedagang masuk ke dalam bangunan pasar. Terdapat 4 los untuk menampung pedagang, yaitu los 1,2,3 yang membujur dari selatan ke utara untuk pedagang pasar Songgolangit, sedangkan los 4 yang melintang barat ke timur, untuk pedagang bekas stasiun dan bekas pengadilan negeri.

Sarana dan prasarana lainnya pada pasar Songgolangit yaitu: tempat parkir, kamar mandi, mushola dan tempat pengelolaan sampah. Setiap pedagang berkewajiban untuk membayar biaya penerangan dan biaya air yang disediakan serta dipungut retribusi untuk kebutuhan pasar. Kamar mandi di dalam pasar tersebut di tarif Rp. 1.000,-. Sedangkan tempat parkir terletak di depan pasar (halaman pasar), tempat parkir di kelola oleh tukang parker yang berada di bawah naungan bidang pasar dengan mematok tarif Rp 1.500,- untuk sepeda motor, sedangkan untuk mobil Rp.2000,- Prinsip

⁵ Letak Geografis, <https://putrinuruljannah.wordpress.com/profil-2/geografis/>, (diakses pada tanggal 19 Agustus 2019, jam 19:45)

dalam menetapkan struktur dan besarnya tarif retribusi dimaksudkan untuk menutup sebagian atau seluruh biaya pelayanan pasar, yang meliputi biaya investasi, biaya administrasi, biaya keamanan dan biaya operasional dengan memperhatikan kemampuan masyarakat dan aspek keadilan.⁶

4. Kondisi Pasar Songgolagit

Pasar Songgolagit adalah pusat pembelanjaan pasar tradisional yang dibangun pemerintah guna mensejahterakan pedagang pasar Songgolagit yang terbesar di wilayah Ponorogo. Pasar direlokasikan ke bekas Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) dr Harjono setelah kejadian kebakaran pada tahun 2017 dan di pindahkan pada awal tahun 2019. Dengan kebijakan Pemerintah daerah Pasar dimana di dalam pasar terdapat lapak, kios, los, warung,. Pedagang dapat menempati lapak, kios, los, toko untuk berdagang dengan status kepemilikan hak guna. Terdapat 4 los, per losnya memiliki kios, lapak, toko yang masing-masing mempunyai ukuran dan jumlah masing-masing:

- a. 22 Toko luas per@ 2x2 meter
- b. 90 lapak luas per@ 1,6 x1 meter
- c. 326 Kios luas per@2x1,35 meter
- d. 375 Kios luas per@2x1 meter

Para pedagang yang berjualan di pasar Songgolagit Ponorogo memiliki larangan dan kewajiban sebagai pedagang

⁶ Wahyudin , *Wawancara*, 26 Oktober 2019

- a. Larangan bagi pemegang surat keterangan bukti hak pemakaian tempat usaha/berjualan (BPTU)
- 1) Pedagang selaku pemegang Surat Keterangan Bukti Hak Pemakaian Tempat Usaha/ Berjualan dilarang:
 - a) Menggunakan fasilitas yang ada dipasar untuk tempat tinggal/rumah tangga
 - b) Menawarkan, menyimpan dan mempergudangkan barang-barang terlarang:
 - c) Melakukan perjudian dalam bentuk apapun dan melakukan kegiatan, usaha dan perbuatan yang dapat membahayakan kesehatan, kenyamanan, keamanan dan ketertiban umum serta bertentangan dengan ketentuan yang berlaku
 - d) Menggunakan tempat usaha/berjualan khusus untuk gudang
 - e) Berada di dalam pasar sebelum pasar di buka atau pasar ditutup
 - f) Menggunakan tempat usaha/ berjualan yang tidak sesuai dengan ijin yang diberikan
 - g) Membawa atau menyimpan kendaraan bermotor maupun tidak bermotor di lorong-lorong atau di dalam pasar
 - 2) Tanpa seijin Dinas INDAKOP DAN UKM Kab Ponorogo, Pedagang dilarang:

- a) Menawarkan, menyimpan dan memperdagangkan barang-barang yang mudah terbakar dan atau bahan kimia yang berbahaya
 - b) Menambah, mengubah dan membongkar bangunan, baik bangunan milik Pemerintah Daerah maupun bangunan Swadaya
 - c) Mengalihkan atau memindahkan Hak Pemakaian Tempat Usaha / Berjualan kepada pihak lain
- 3) Kewajiban-Kewajiban bagi pemegang surat keterangan bukti hak pemakaian tempat usaha/berjualan (BPTU)
- a) Membayar retribusi pelayanan pasar sesuai peraturan daerah nomor 14 tahun 2011 tentang retribusi jasa umum dan pungutan lain sesuai peraturan Perundang-undangan yang berlaku di wilayah Kabupaten Ponorogo
 - b) Bagi pedagang yang berjualan di dalam Los/ kios Swadaya, maka seluruh biaya pemeliharaannya menjadi tanggung jawab pedagang yang bersangkutan
 - c) Melakukan herigistrasi (perpanjangan Surat Keterangan) setiap 3 (tiga) tahun ke Dinas INDAGKOP DAN UKM Kabupaten Ponorogo apabila pemegang Surat keterangan Bukti Hak Pemakaian Tempat Usaha/ Berjualan (BPTU) masih

melanjutkan pemakaian tempat usaha/berjualan

5. Visi dan Misi

a. Visi

Terwujudnya masyarakat Ponorogo yang sejahtera yang bertumpu. Pada mekanisme pasar yang berkeadilan, menuju daerah industry baru sekaligus masyarakat niaga yang tangguh, serta mewujudkan rahauning Bumi Reyog

b. Misi

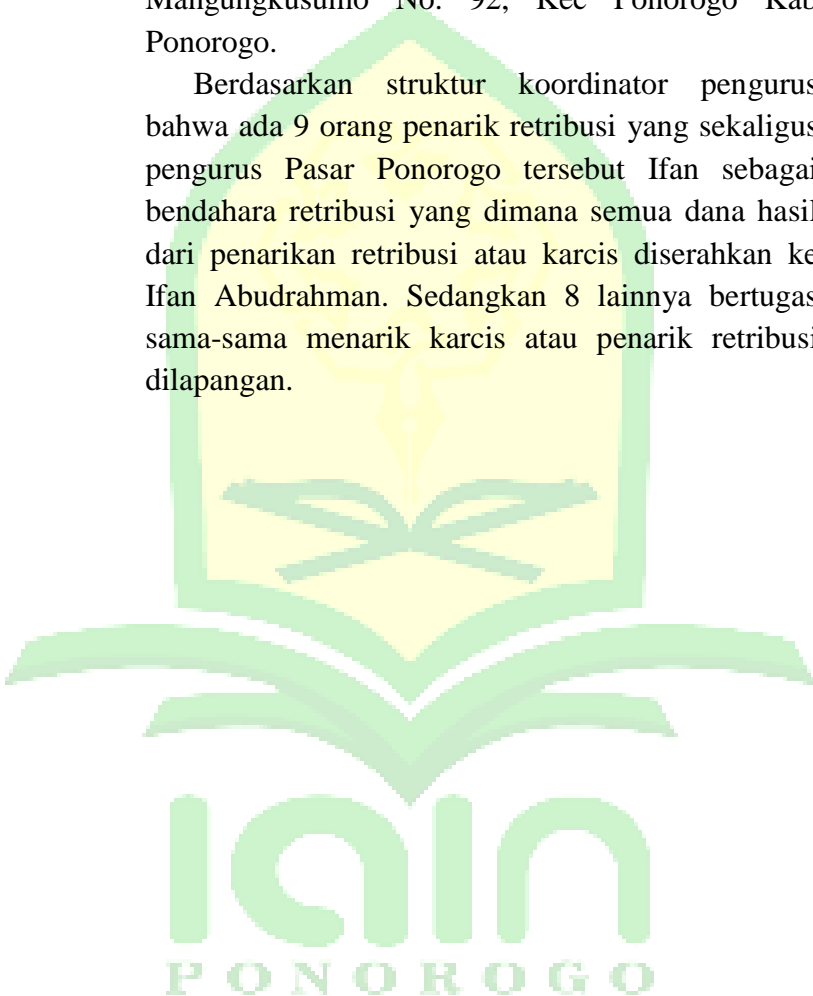
- 1) Mewujudkan Koperasi dan UMKM yang mandiri dan berdaya saing
 - 2) Meningkatkan pembinaan dan pengemban industry kecil menengah berbasis sumber daya daerah.
 - 3) Meningkatkan pembinaan dan pengembangan pasar, distribusi, promosi, peningkatan penggunaan produksi dalam negeri, pengembangan usaha, pengawasan barang beredar, peningkatan ekspor dan perlindungan konsumen,
 - 4) Meningkatkan pengembangan sarana dan prasarana.⁷
- ## 6. Struktur Kepengurusan

Pasar Songgolangit merupakan asset milik pemerintah Kabupaten Ponorogo. Manajemen atau

⁷ Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ponorogo di dalam <https://indakop.ponorogo.go.id/indakop-ponorogo-go-id/visi-misi-2/> ,(diakses pada tanggal 23 Agustus 2019, jam 21:45)

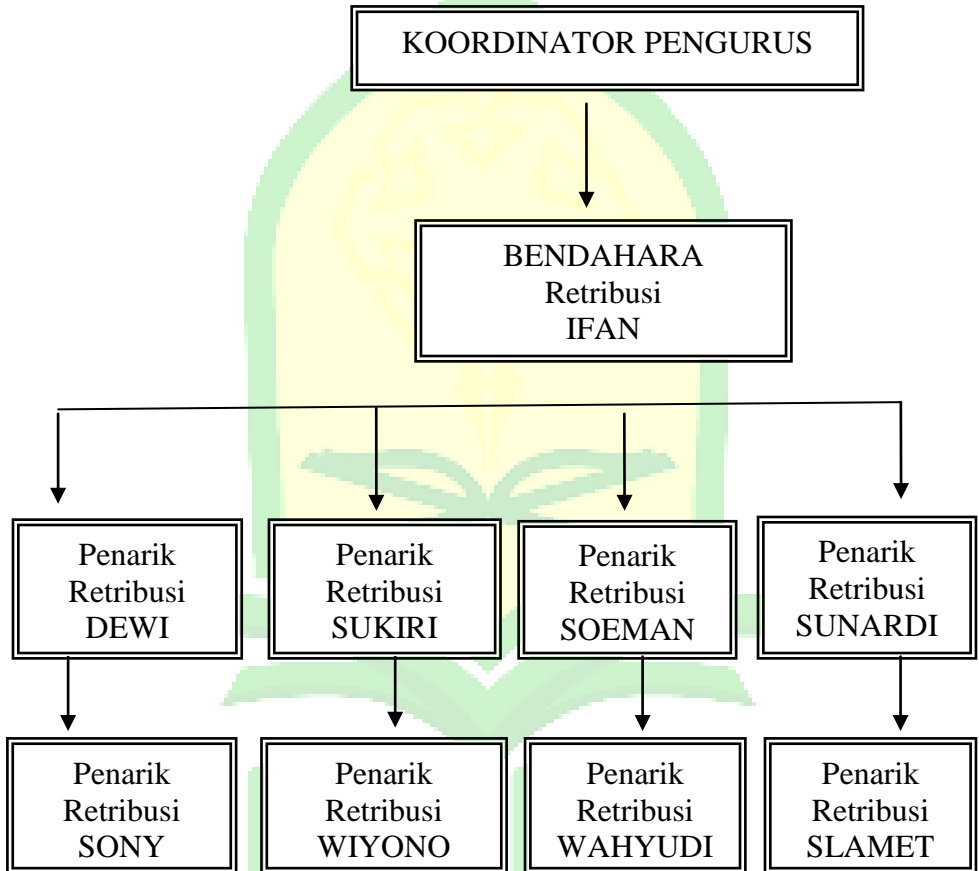
pengelolaan pasar Songgolangit Ponorogo berada di bawah tanggung jawab Dinas Pengelolaan Pasar Kabupaten Ponorogo yang beralamatkan Jl Dr.Cipto Mangunkusumo No. 92, Kec Ponorogo Kab Ponorogo.

Berdasarkan struktur koordinator pengurus bahwa ada 9 orang penarik retribusi yang sekaligus pengurus Pasar Ponorogo tersebut Ifan sebagai bendahara retribusi yang dimana semua dana hasil dari penarikan retribusi atau karcis diserahkan ke Ifan Abudrahman. Sedangkan 8 lainnya bertugas sama-sama menarik karcis atau penarik retribusi dilapangan.



Berdasarkan struktur kepengurusan pasar
Songgolangit Kabupaten Ponorogo sebagai berikut:

Bagan 3.1 Struktur Organisasi Pasar
Songgolangit Kabupaten Ponorogo



P O N O R O G O

B. Paparan Data

1. Persepsi Pedagang Terhadap Relokasi Pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di pasar Songgolangit Ponorogo. Dalam penelitian ini penggalian data dilakukan dengan melakukan wawancara ke 8 orang pedagang pasar yang di relokasi ke bekas Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) dr Harjono. Berikut ini wawancara dengan 8 pedagang pasar Songgolangit Ponorogo. Paparan data yang pertama terkait data pribadi informan, yaitu sebagai berikut:

Data Informan Pedagang

Table 3.2

No	Nama Pedagang	Jenis Dagangan	Usia
1	Moh Sahli	Sayur	45
2	Murtini	Buah-buahan	50
3	Husna	Penjual geranah	32
4	Nur	Pakaian	53
5	Siti Julaikah	Penjual sembako	42
6	Wawan	Ikan laut	37
7	Yoyok	Buah-buahan	25
8	Mistri	Penjual pisang	52

Ada 5 faktor yang mempengaruhi relokasi pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo yaitu:

- a. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana adalah fasilitas atau perlengkapan yang disediakan untuk mempermudah pekerjaan manusia. Dari persepsi pedagang terhadap sarana dan prasarana terhadap relokasi pasar Songgolangit bahwa menurut pedagang kurang memadai dari tempat parkir, lapak-lapak, kios dan kebersihan pasar.

Pasar Songgolangit Ponorogo dari seluruh informan yang berjumlah 8 pedagang, ditemukan 4 persepsi yang berbeda dari sarana dan prasarana relokasi pasar di songgolangit, seperti sarana yang kurang memadai, lapak kecil, tempat parkir yang kurang tempat, pembuangan sampah kurang memadai, seperti yang dikatakan bu Murtini:” Kurang memadai mbk seperti tempat parkir yang kurang tempat dan atapnya masih layar mbk kasihan kalau kehujan” .⁸ hal yang sama Bu Husna mengatakan:” Tempat parkir becek mbk pas waktu hujan dan belum ada atapnya sementara masih terpal”.⁹ Bapak wawan juga mengatakan:” Masih kurang memadai mbk, la banyak sarana yang masih kurang layak mbk dari parkir, tempat pembuangan

⁸ “Murtini, *Wawancara*, 26 Maret 2020”

⁹ “Husna, *Wawancara*, 27 Maret 2020”

sampah, maupun prasarana lainnya”.¹⁰ Bu Nur mengatakan.” Tempat parkir kalau hujan kehujanan mbk, lantai pasar kalau siang debu mbk kalau hujan air irigasi tidak berjalan dengan baik mbk”.¹¹

Sedangkan 2 lainnya yang mempunyai persepsi bahwa menurut 2 pedagang pasar Songgolangit sarana dan prasarana kebersihannya kurang, Bu Siti Julaikah mengatakan.” Tempat parkir kalau hujan kehujanan mbk, lantai pasar kalau siang debu mbk kalau hujan air irigasi tidak berjalan dengan baik mbk”.¹² Sedangkan menurut Bu Mistri mengatakan.” lumayan lengkap mbk seperti toilet, mushola, kamar mandi, selokan air, pembuangan sampah, parkir, tetapi untuk toilet kurang bersih sedangkan untuk musolanya kecil mbk”.¹³

Ada 2 persepsi pedagang bahwa sarana dan prasarana untuk lapak-lapak pedagang kecil, mas Yoyok mengatakan.” Sarana dan prasarana sudah terpenuhi mbk tetapi lapak-lapak pasar kecil dan sempit mbk”.¹⁴ Menurut bapak Moh Sahli mengatakan.” Kios dan lapak sebelum di relokasi itu luas

¹⁰ “Wawan, *Wawancara*, 26 Maret 2020”

¹¹ “Nur, *Wawancara*, 27 Maret 2020”

¹² “Siti Julaikah, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

¹³ “Mistri, *Wawancara*, 27 Februari 2020”

¹⁴ “Yoyok, *Wawancara*, 28 Februari 2020”

mbk sedangkan setelah direlokasi kios dan lapaknya kecil”.¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa persepsi pedagang terhadap sarana dan prasarana pasar yang ada kurang memadai dari tempat parkir, lapak-lapak atau kios pasar, kebersihan pasar.

b. Infrastruktur

Infrastruktur merupakan salah satu faktor penentu daya saing dan peningkatan pertumbuhan ekonomi. Pedagang pasar Songgolangit mempunyai persepsi tentang infrastruktur relokasi pasar bahwa bangunan pasar yang kurang memadai, dan bangunan yang sudah rusak

Para pedagang pasar Songgolangit mempunyai persepsi tentang infrastruktur, dari hasil penelitian bahwa dari 8 pedagang terdapat 5 pedagang yang berpersepsi infrastruktur kurang memadai, kurang layak, talang bocor, Bu Husna mengatakan:” pasar kurang memadai dari segi bangunan, sarana prasarana, kondisi tempat mbk.”¹⁶. mas Yoyok juga mengatakan:” Kurang memadai mbk dikarenakan bangunan pasar saat hujan

¹⁵ “Moh Sahli, *Wawancara*, 28 Februari 2020”

¹⁶ “Husna, *Wawancara*, 27 Maret 2020”

talang bocor mbk”.¹⁷ Sedangkan menurut Bu Nur:” Bangunan pasar disini kurang memadai mbk, kurang kuat mbk kalau hujan talang atas itu bocor”.¹⁸

Hal yang sama, Bapak Moh Sahli mengatakan:” Bangunannya kurang memadai mbk, terbuat dari seng atas kalau hujan talang atas bocor, tidak hanya itu banyak bangunan pasar yang sudah rusak seperti lantai dalam pasar maupun di luar pasar.”¹⁹ Sedangkan menurut Bu Siti Julaikah:” Infrastruktur pasar relokasi ini kurang layak mbk, banyak infrastruktur yang sudah rusak padahal masih satu tahunan”²⁰

Namun 3 pedagang yang berpersepsi bahwa pasar Songgolangit ini hanya berbentuk los dan bangunan yang tidak permanen, Bapak Wawan mengatakan:” Untuk pembangunan relokasi sementara ini saya kira sudah memadai mbk walau masih ada kurangnya, karena bangunan ini hanya berbentuk los mbk bukan bangunan dari besi-besi besar tetapi hanya bangunan yang tidak permanen mbk”.²¹ Menurut Bu Mistri:” Pembangunannya belum maksimal mbk

¹⁷ “Yoyok, *Wawancara*, 28 Februari 2020”

¹⁸ “Nur, *Wawancara*, 27 Maret 2020”

¹⁹ “Moh Sahli, *Wawancara*, 28 Februari 2020”

²⁰ “Siti Julaikah, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

²¹ “Wawan, *Wawancara*, 26 Feruari 2020”

karena hanya berbentuk los tanpa ada pembangunan kios-kios, dan bangunan ini hampir sudah rusak”.²² Bu Murtini mengatakan.” Bangunan pasar ini memang tidak permanen mbk hanya untuk sementara jadi infrastruktur pasar kurang memadai.”²³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa persepsi pedagang terhadap infrastruktur pasar kurang memadai, kurang layak, talang bocor, bangunan yang sudah rusak, bangunan pasar yang tidak permanen.

c. Lokasi Pasar

Pasar membutuhkan lahan dan lokasi yang strategis, mengingat aktivitas yang terjadi di pasar dan pentingnya peran pasar sebagai salah satu komponen pelayanan kota, daerah dan wilayah yang mengakibatkan kaitan dan pengaruh dari masing-masing unsur penunjang perekonomian kota.

Bahwa persepsi pedagang terhadap tempat lokasi pasar ada beberapa persepsi, menurut 4 informan ini lokasi strategis, seperti Mas Yoyok, Bu Nur, Bapak Moh Sahli, Bapak Wawan menurut Mas Yoyok:” Masih strategis mbk , juga masih dekat dengan pasar yang lama, tempatnya juga tidak sepi karena

²² “Mistri, *Wawancara*, 27 Februari 2020”

²³ “Murtini, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

disini juga banyak perkantoran dan sekolah-sekolah mbk”.²⁴ Menurut bu Nur:” Lokasi memang masih strategis mbk, di sini juga masih terjangkau mbk kalau mau kemana-mana karena juga ditengah-tengah kota”.²⁵

Hal yang sama, menurut bapak Muhammad Sahli:” Lokasi pasar baru ini dekat dengan pasar yang dulu masihan mbk, tempatnya juga masih didalam kota mbk tidak jauh dari pasar lama mbk”.²⁶ Menurut bapak Wawan:” Lokasi yang di pilih pemerintah memang masih dekat dengan pasar lama mbk tidak jauh dengan pasar dulu, mungkin ini adalah lokasi yang salah satu yang lahannya luas disekitaran kota mbk

Sedangkan 4 informan lainnya seperti Bu Siti Julaikah, Bu Mistri, Bu Husna, Bu Murtini, menurut Bu Siti Julaikah:”lokasi yang di pilih masih di perkotaan mbk, dulu pedagang inginnya tidak mau dipindahkan kesini tetapi tempat yang kosong hanya ini mbk ”.²⁷ hal yang sama Mistri mengatakan:”sebenarnya banyak penolakan

²⁴ “Yoyok, *Wawancara*, 28 Februari 2020”

²⁵ “Nur, *Wawancara*, 27 Maret 2020”

²⁶ “Moh Sahli, *Wawancara*, 28 Februari 2020”

²⁷ “Siti Julaikah, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

mbk tetapi mau tidak mau pedagang mengikuti kebijakan pemerintah”.²⁸

Sama dengan halnya Menurut Bu Husna:”lokasi disini masih srategis tidak jauh dari pasar lama mbk, tapi kan tempat relokasi dipindahkan ke tempat yang lain jangan bekas rumah sakit”.²⁹ Sedangkan menurut Bu Murtini:”lokasi pasar masih di bilang srategis mbk, tapi ini kan bekas RSUD Harjono, awalnya tidak mau di pindahkan ke sini ya mau gimana lagi mbk”.³⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa lokasi pasar Songgolangit ada yang berpersepsi kurang strategis dan ada yang srategis untuk pedagang pasar.

d. Kondisi Sosial

Kondisi Sosial adalah kedudukan yang diatur secara sosial dan menempatkan seseorang pada posisi tertentu dalam masyarakat. Pedagang persepsi tentang kondisi sosial setelah adanya relokasi pasar bahwa banyak persaingan antar pedagang, adanya pedagang baru, hubungan kurang harmonis.

²⁸ “Mistri, *Wawancara*, 27 Februari 2020”

²⁹ “Husna, *Wawancara*, 27 Maret 2020”

³⁰ “Murtini, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

Pedagang berpersepsi bahwa kondisi sosial sangat mempengaruhi pendapatan maupun pelanggan, ada 2 informan yang berpersepsi bahwa pendapatan menurun dan pelanggan pindah ke pedagang lain, bapak Wawan mengatakan:” Semenjak di pindah pendapatan saya menurun mbk karena pelanggan tidak lokasi yang saya tempati”.³¹ Berbeda dengan Bu Nur mengatakan:” Banyak pelanggan yang pindah ke pedagang yang lain mbk”.³²

Sedangkan 3 informan mempunyai persepsi rata-rata sama, Bu Murtini, Bu Mistri, Mas Yoyok bahwa banyak pedagang baru yang masuk dalam pasar maupun luar pasar, Bu Murtini mengatakan:” Banyak pedagang baru mbk, jadi persaingan lebih ketat”.³³ sedangkan Bu Mistri mengatakan:” Banyak temen mbk, kan kalau kemarin lapaknya gak sedekat ini dan juga banyak pedagang yang baru”.³⁴ Sama halnya dengan Mas Yoyok mengatakan:” Banyak pedagang baru yang masuk dan itu menambah pesaing baru bagi pedagang seperti saya ini mbk”.³⁵

³¹ “Siti Julaikah, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

³² “Nur, *Wawancara*, 27 Maret 2020”

³³ “Murtini, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

³⁴ “Mistri, *Wawancara*, 27 Februari 2020”

³⁵ “Yoyok, *Wawancara*, 28 Februari 2020”

Bahwa persepsi tentang kondisi sosial menurut pedagang kurang harmonis dengan pedagang sama satu lainnya dan persaingan antar pedagang, Bu Siti Julaikah mengatakan:” Dengan adanya relokasi ini kondisi sosial pedagang kurang harmonis karena banyak pedagang baru yang ada di pasar dan persaingan semakin ketat mbk antar pedagang”.³⁶ sama halnya dengan bapak Moh Sahli mengatakan:” Persaingan sangat ketat mbk dengan pedagang satu dengan lainnya”.³⁷ Agak berbeda dengan Bu Husna mengatakan:” Hubungan yang kurang harmonis dengan pedagang satu dengan lainnya”.³⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa persepsi pedagang terhadap kondisi sosial yaitu, pendapatan pedagang menurun, pelanggan pindah ketempat lain, hubungan kurang harmonis dengan pedagang dan persaingan ketat.

e. Kondisi Masyarakat

Kondisi masyarakat adalah sebagai suatu keadaan atau situasi masyarakat yang ada pada wilayah tertentu dan pada saat tertentu. Persepsi pedagang terhadap kondisi

³⁶ “Siti Julaikah, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

³⁷ “Moh Sahli, *Wawancara*, 28 Februari 2020”

³⁸ “Husna, *Wawancara*, 27 Maret 2020”

masyarakat dengan adanya relokasi pasar dapat meningkatkan perekonomian sekitar.

Kondisi masyarakat relokasi pasar Songgolangit banyak yang membuka peluang usaha seperti warung dan toko, Mas Yoyok mengatakan:” Kondisi masyarakat sini banyak yang ikut berjualan mbk, banyak yang membuka warung-warung di depan rumahnya”.³⁹ Sedangkan menurut Bu Murtini:”Masyarakat disini baik mbk, karena juga yang ikut berjualan di depan rumah mereka”.⁴⁰ Sama halnya Bapak Moh Sahli mengatakan:”Banyak masyarakat yang ikut berjualan di pinggir pasar mbk, guyup rukun masyarakat terjalin”.⁴¹ Sedangkan persepsi Bu Husna agak berbeda, Bu Husna mengatakan:”Kondisi masyarakat dulu sepi tetapi lamabat laun banyak yang membuka usaha sekittar pasar mbk”.⁴²

Sama halnya dengan Bu Mistri, Bu Mistri mengatakan:” di kanan kiri lebih rame mbk karena banyak masyarakat sekitar yang membuka toko maupun warung mbk”.⁴³ Menurut Bu Siti Julaikah mengatakan:”Kondisi masyarakat disini ramah-ramah

³⁹ “Yoyok, *Wawancara*, 28 Februari 2020”

⁴⁰ “Murtini, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

⁴¹ “Moh Sahli, *Wawancara* ,28 Februari 2020”

⁴² “Husna, *Wawancara* ,27 Maret 2020”

⁴³ “Mistri, *Wawancara*, 27 Februari 2020”

mau ikut berbaur mbk, banyak yang ikut berjualan mbk membuka pertokoan.”⁴⁴

Sedangkan menurut Bapak Wawan mengatakan:” dari awal pemindahan disini sudah banyak masyarakat yang ikut berjualan mbk jadi dengan adanya relokasi ini dapat membatu perekonomian mereka.”⁴⁵

Berbeda dengan Bu nur, Bu Nur mengatakan”Banyak masyarakat disini senang dengan pasar ini karena meningkatkan perekonomian mereka mbk.”⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa masyarakat sekitar relokasi pasar Songgolangit dengan relokasi pasar Songgolangit, banyak masyarakat yang membuka usaha-usaha seperti pertokoan maupun warung-warung.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa persepsi pedagang terhadap sarana dan prasarana pasar bahwa pedagang berpersepsi sarana yang ada kurang memadai dari tempat parkir, lapak-lapak atau kios pasar, kebersihan pasar. Sedangkan persepsi pedagang terhadap infrastruktur kurang memadai, kurang,

⁴⁴ “Siti Julaikah, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

⁴⁵ “Wawan, *Wawancara*, 26 Feruari 2020”

⁴⁶ “Nur, *Wawancara*, 27 Maret 2020”

layak, talang bocor, bangunan yang sudah rusak, bangunan pasar yang tidak permanen.

Persepsi pedagang terhadap ada 4 informan yang menolak dan ada 4 informan yang mengatakan bahwa lokasi masih strategis. Sedangkan persepsi pedagang terhadap kondisi sosial bahwa dengan adanya relokasi ini pendapatan pedagang menurun, pelanggan pindah ketempat lain. Kondisi masyarakat sekitar relokasi pasar Songgolangit dengan keadaan ini, karena di sekitar pasar banyak masyarakat yang membuka usaha.

2. Persepsi Kebijakan Pemerintah Terhadap Relokasi Pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo

Dalam rangka mengoptimalisasi pasar, pemerintah kota Kabupaten membuat kebijakan relokasi pasar Songgolangit pindah sementara ke bekas RSUD Harjono yang sudah lama kosong dengan hal tersebut pedagang pasar Songgolangit dipindahkan ke tempat tersebut.

Adapun ada 5 faktor yang mempengaruhi relokasi pasar Songgolangit adalah:

a. Lokasi Pasar

Dari hasil wawancara oleh subbidang Pengelolaan Pasar Pemkab Ponorogo bahwa lokasi pasar sangat strategis, lahan yang dipilih pemerintah karena lahan kosong oleh sebab itu pedagang direlokasikan ke bekas RSUD Harjono.

Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Bapak Widodo selaku Subbidang Pengelolaan Pasar mengatakan:⁴⁷

Lokasi ini memang di pilih pemerintah karena lahan yang kosong dan luas hanya bekas RSUD Harjono ini mbk sedangkan tanah lainnya yang ada di kota di pakai, dulu memang ada dua pilihan lahan, lahan panahan dan lahan RSUD Harjono ini, tetapi lahan panahan di pakai untuk panahan sedangkan lahan bekas RSUD Harjono ini kosong dan tidak terpakai sementara di pindahkan ke sini mbk.

Pendapat lain berkaitan dengan tempat atau lokasi pasar baru Songgolangit selaku bidang pasar Songgolangit, bapak Wahyudin mengatakan:⁴⁸

Lokasi ini pilih karena lahan kosong dan luas bisa menampung pedagang pasar Songgolangit yang berjumlah kurang lebih 2000 pedagang. Lahan kosong yang ada dipertengahan kota hanya RSUD Harjono yang milik pemerintah Daerah, sebab itu pedagang di relokasikan ke sini, lokasinya juga tidak jauh dengan pasar lama mbk

⁴⁷ “Widodo, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

⁴⁸ “Wahyudin, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa tempat relokasi pasar Songgolangit dipilih karena lahan yang ada di RSUD Harjono bisa menampung pedagang dan lahan yang luas serta kosong.

b. Infrastruktur

Infrastruktur merupakan fasilitas untuk sebuah pembangunan maupun sarana lainnya. Infrastruktur relokasi pasar Songgolangit menurut persepsi kebijakan pemerintah sudah memadai karena bangunan pasar tersebut hanya sementara.

Persepsi pemerintah terhadap Infrastruktur relokasi pasar Songgolangit, Bapak Widodo mengatakan:⁴⁹

Bangunan pasar di bangun sebelum adanya pemindahan awal Oktober 2018 pasar ini sudah bangun dan di ambilkan dari anggaran APBD, bahwa pembangunan ini hanya berbentuk los yang berjumlah 4 los untuk pasar pengadilan, pasar Songgolangit dan pasar stasiun mbk, bangunan ini hanya berbentuk los karena pasar ini hanya tempat sementara karena ini masih menunggu pembangunan pasar yang lama.

⁴⁹ “Widodo, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa pembangunan pasar baru ini di bangun pada awal Oktober 2018, pembangunan ini diambilkan dari dana APBD Kabupaten Ponorogo serta bangunan ini berbentuk los terdiri dari 4 los.

c. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang ada di pasar Songgolangit dari kebijakan pemerintah fasilitas yang diberikan sudah memadai, karena pada dasarnya pemerintah tujuan utamanya yaitu mensejahterahkan pedagang.

Persepsi pemerintah terhadap sarana dan prasarana pasar Songgolangit pasca relokasi menurut bapak Wahyudin:⁵⁰

Sarana dan prasarana yang ada di pasar Songgolangit sudah memenuhi standar mbk, dari lapak untuk pedagang, mushola, toilet, parkit, pembuangan tempat sampah, tempat bidang pasar, tempat satpam pasar, tempat pedagang sayur area parkir mobil.

Sama halnya dikatakan oleh bapak Widodo, bahwa sarana dan prasarana relokasi

⁵⁰ “Wahyudin, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

pasar Songgolangit ini sudah lengkap, bapak Widodo mengatakan:⁵¹

Sarana dan prasarana pasar Songgolangit sudah lengkap atau sudah memadai mbk dari pos keamanan, mushola, toilet, pembuangan sampah, kantor bidang pasar dan lapak-lapak pedagang, penerangan lampu, pemerintah semaksimal mungkin sudah memenuhi sarana dan prasarana mbk

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa persepsi pemerintah terhadap sarana prasarana relokasi pasar Songgolangit ini sudah memadai dari toilet, penerangan lampu, mushola, tempat parkir, lapak-lapak pedagang, kantor bidang dan pembuangan sampah.

d. Kondisi Sosial

Kondisi sosial yang ada di pasar Songgolangit menurut persepsi pemerintah berbeda dengan kondisi yang ada di pasar lama, dengan hal tersebut persepsi pemerintah tidak kondisional terhadap relokasi pasar ini.

Kondisi sosial setelah adanya relokasi berbeda persepsi dengan pemerintah dan pedagang, menurut Bapak Widodo:⁵²

⁵¹ “Widodo, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

⁵² *Ibid.*,

Awalnya memang persepsi pemerintah dan pedagang berbeda mbk, tetapi inginnya pemerintahkan mensejahterkan pedagang agar pedagang juga dapat berjualan dengan nyaman, tapi lambat laun pedagang juga mengerti kondisi ini mbk

Berbeda dengan persepsi bapak Wahyudi, bahwa kondisi sosial yang dialami pedagang menurun dengan adanya relokasi ini, bapak Wahyudin mengatakan.⁵³

Pedagang pasar sini agak rewel, ya namanya pedagang mbk kadang gitu, banyak pedagang yang mengeluhkan pendapatan berkurang, pendapatan menurun, susah di mintai retribusi mbk.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa kondisi sosial pasar Songgolangit bahwa pedagang dan pemerintah awalnya kurang baik, karena banyak pedagang yang mengeluhkan pendapatan berkurang, pendapatan menurun.

e. Kondisi Masyarakat

Kondisi masyarakat adalah keadaan atau situasi yang ada di masyarakat, bahwa masyarakat di wilayah atau sekitar relokasi

⁵³ “Wahyudin, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

pasar dapat meningkatkan perekonomian secara tidak langsung karena banyak dari masyarakat yang membuka usaha.

Menurut bapak wahyudin bahwa kondisi masyarakat sekitar pasar Songgolangit bapak Wahyudin mengatakan:⁵⁴

masyarakat disini senang mbk dengan pemindahan relokasi ini karena membangkitkan perekonomian mereka karena pada awalnya ini kan tempat rumah sakit dan hasil pencarian mereka dari sini semenjak rumah sakit itu di pindahkan perekonomian menurun banyak toko-toko disini tutup, tetapi dengan adanya ini banyak masyarakat membuka kembali toko-toko dan usaha mereka.

Sama halnya dengan persepsi bapak Widodo, bapak Widodo mengatakan:⁵⁵

Dengan adanya relokasi ini secara tidak langsung dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar karena banyak masyarakat yang membuka usaha-usaha di sekitar rumah dan membangun pertokoan di sekitarnya.

⁵⁴ *Ibid.*,

⁵⁵ “Widodo, *Wawancara*, 26 Februari 2020”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa kondisi masyarakat sekitar dapat meningkatkan perekonomian dan membuka usaha-usaha pertokoan di sekitar pasar.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa persepsi tempat menurut pemerintah tempat relokasi pasar Songgolangit kecil tidak seluas di pasar lama, sedangkan persepsi tentang infrastruktur pasar, bahwa pasar terdiri 4 los yang di bagi 3 pedagang, seperti pedagang bekas stasiun, pedagang bekas pengadilan, pedagang pasar Songgolangit. Persepsi pemerintah tentang sarana dan prasaran sudah memadai dan sudah memenuhi standar pasar.

Adapun persepsi pemerintah terhadap kondisi sosial bahwa persepsi pedagang dan pemerintah yang berbeda. Sedangkan persepsi pemerintah terhadap kondisi masyarakat yakni dapat meningkat perekonomian masyarakat sekitar, membangun kembali usaha-usaha masyarakat.

BAB IV

ANALISIS PERSEPSI PEDAGANG DAN KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP RELOKASI DI PASAR SONGGOLANGIT PONOROGO

A. Analisis Persepsi Pedagang Terhadap Relokasi Pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo.

Relokasi yang dimaksud di dalam pembahasan ini yakni pemindahan tempat berjualan dari tempat yang lama ke tempat yang baru, akibat kebakaran pasar yang ditata dan diatur sesuai dengan jenis barangnya, ini dilakukan agar pedagang bisa berjualan di tempat yang baru yang lebih layak dan tertata rapi untuk pedagang maupun pembeli.

Seiring dengan perpindahan lokasi yang terjadi, pedagang mempunyai persepsi yang berbeda-beda tentang relokasi pasar Songgolangit. Banyak pedagang yang merasa bahwa tempat seperti ukuran tempat yang kecil, infrastruktur seperti bangunan yang kurang memadai, kondisi sosial seperti pendapatan yang menurun, kondisi masyarakat seperti banyak masyarakat yang ikut berjualan, sarana dan prasarana seperti tempat parkir, toilet, dan pembuangan sampah kurang memadai.

Adapun ada 5 faktor yang mempengaruhi relokasi pasar Songgolangit adalah:

1. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana adalah fasilitas atau perlengkapan yang disediakan untuk mempermudah pekerjaan manusia. Fungsi sarana dan prasarana

yaitu meningkatkan produktivitas baik barang maupun jasa, dapat menimbulkan rasa nyaman bagi orang-orang yang berkepentingan, membuat ketetapan susunan stabilitas terjamin, dapat lebih sederhana atau memudahkan dalam gerak para pengguna atau pelaku.

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Mari Elka pembenahan sarana fisik pasar ada 6 komponen yaitu, perencanaan tata ruang, arsitektur bangunan, pengaturan lalu lintas, kualitas konstruksi, air bersih dan limbah, sistem elektrik, pencegahan kebakaran, penanggulangan sampah.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa sarana dan prasarana sudah ada seperti toilet, mushola, pembuangan sampah, parkir, toilet mushola. pasar bahwa 4 informan yang mempunyai persepsi lapak pasar kecil, tempat parkir yang kurang tempat dan kurang layak, pembuangan sampah kurang memadai. Sedangkan 4 informan lainnya mempunyai persepsi bahwa kebersihan pasar maupun sarana lainnya kurang dan lapak tidak luas yang di pasar lama.

Dari penjelasan di atas dapat dianalisa bahwa sarana prasarana yang ada di pasar Songgolangit sudah sesuai bangunan pasar maupun fisik pasar. Sarana dan prasarana yang di bangun oleh pemerintah memang kecil karena pada dasarnya relokasi pasar ini hanya untuk sementara.

2. Infrastruktur

Infrastruktur adalah sistem fisik yang menyediakan sarana transportasi, drainase, pengairan, bangunan gedung serta fasilitas publik lainnya, yang mana sarana ini dibutuhkan untuk memenuhi berbagai kebutuhan dasar manusia baik itu kebutuhan ekonomi maupun sosial.

Sistem infrastruktur sendiri pada didefinisikan sebagai fasilitas atau struktur dasar, peralatan, instalasi yang di bangun dan dibutuhkan untuk berfungsinya sistem sosial dan sistem ekonomi masyarakat. Infrastruktur fisik merupakan penyokong dari sistem ekonomi dan sistem sosial masyarakat keberadaan di sokong oleh lingkungan alam. Keterhubungan ini ada agar harmonisasi tetap terjaga atau dengan kata lain infrastruktur tidak kekurangan (berakibat pada manusia), tetapi tidak juga berlebihan (berakibat pada alam yang pada akhirnya akan berakibat pada manusia

Infrastruktur relokasi pasar Songgolangit memiliki bentuk bangunan los, pembangunan pasar Songgolangit ini tidak permanen karena relokasi pasar ini hanya perpindahan sementara. Relokasi pasar Songgolangit menampung kurang lebih 2000 pedagang yang terdiri dari pedagang bekas stasiun, pedagang bekas pengadilan, pedagang pasar Songgolangit.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa persepsi pedagang terhadap infrastruktur pasar Songgolangit, yaitu kurang memadai,

bangunan pasar yang sudah rusak dan belum layak, fasilitas-fasilitas yang kurang mumpuni, bahwa bangunan pasar belum memenuhi standar. Tidak hanya itu bangunan yang hanya beratapkan seng yang kalau hujan talang bocor, lantai bawah kurang memadai karena masih beralaskan tanah yang di cor.

Dari penjelasan di atas dapat dianalisa bahwa Infrastruktur pasar Songgolangit belum memenuhi standar bahwa infrastruktur yang ada di pasar bangunan yang tidak permanen sehingga bangunan pasar tidak dimaksimalkan, seharusnya pasar layak dan memadai akan menambah pendapatan pedagang dan masyarakat lainnya, dengan hal tersebut bahwa secara tidak langsung infrastruktur pasar Songgolangit mempengaruhi sistem ekonomi dan sistem sosial masyarakat.

3. Lokasi pasar

Lokasi dan tempat relokasi baru adalah faktor penting dalam perencanaan relokasi, karena sangat menentukan kemudahan menuju lahan usaha, jaringan sosial, pekerjaan, bidang usaha, kredit dan peluang besar. setiap lokasi mempunyai keterbatasan dan peluang masing-masing. Memilih lokasi yang sama baik dengan kawasan yang dahulu (tempatnya yang lama) dari segi karakteristik lingkungan, sosial budaya dan ekonomi akan lebih memungkinkan relokasi dan pemilihan pendapatan berhasil.

Perencanaan pemerintah terhadap pasar Songgolangit akan di bangun kembali atau revitalisasi pasar akan tetapi dalam pembangunan pasar ini membutuhkan relokasi untuk tempat pedagang agar pedagang dapat bisa tetap melakukan jual beli. Dengan hal tersebut pemerintah melakukan relokasi ke lahan yang luasa yang ada di wilayah kabupaten Ponorogo yang ada di dalam kota, sebab itu pemerintah sudah observasi terhadap tempat yang ada di wilayah kota. Tempat yang luas dan tidak terpakai yaitu bekas Rumah sakit RSUD Harjono yang tidak jauh dengan tempat pasar lama

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa persepsi pedagang terhadap lokasi pasar Songgolangit ini srategis masih termasuk dalam kota agak jauh dari pasar lama Songgolangit dari 8 informan ada 4 informan yang mempunyai persepsi lokasi pasar masih srategis sedangkan 4 informan menolak dengan lokasi pasar

Dari penjelasan di atas dapat dianalisa bahwa hal tersebut sesuai dengan penentuan lokasi, memang lokasi pasar harus dekat dengan padat penduduk, karena akan menentukan sebuah usaha itu sendiri. Sehingga pasar Songgolangit ini tetap bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan adanya tempat yang luas dapat menampung semua pedagang yang ada di pasar Songgolangit.

4. Kondisi Sosial

Kondisi sosial adalah suatu keadaan yang berhubungan erat dengan keadaan atau situasi yang

ada di dalam masyarakat tertentu. Jadi, kondisi sosial pada pedagang dapat berhubungan dengan pedagang itu sendiri maupun dengan pembeli. Pada pasar Songgolangit kondisi lapak antar pedagang satu dengan lainnya sangatlah berdekatan.

Dari hasil wawancara pedagang terhadap persepsi kondisi sosial bahwa banyaknya pedagang baru yang ada di pasar Songgolangit, hubungan pedagang dengan pedagang lainnya tidak baik, mengalami pendapatan menurun dan pelanggan pindah ke pedagang lainnya.

Dari penjelasan di atas dapat dianalisa bahwa kondisi sosial pedagang terhadap relokasi pasar terjadi perubahan sosial, dari persaingan yang semakin ketat, pendapatan yang menurun, sehingga dengan perelokasian pasar menyebabkan banyak pedagang tidak nyaman dengan keadaan kondisi sosial tersebut.

5. Kondisi Masyarakat

Kondisi masyarakat adalah sebagai suatu keadaan atau situasi masyarakat yang ada pada Negara tertentu dan pada saat tertentu. Jadi, kondisi masyarakat pada Pedagang di pasar Songgolangit yakni keadaan atau situasi yang ada di pasar relokasi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa kondisi masyarakat relokasi pasar Songgolangit mengalami peningkatan ekonomi dan banyak masyarakat sekitar yang membuka peluang

seperti pertokoan dan warung-warung di sekitaran relokasi pasar tersebut

Dari penjelasan di atas dapat dianalisa bahwa secara tidak langsung meningkatkan perekonomian masyarakat dengan hal tersebut ada peluang untuk bisa mengembangkan usaha-usaha yang ada di sekitar area pasar Songgolangit agar dapat membangun kembali area sekitar.

B. Analisis Persepsi Kebijakan Pemerintah Terhadap Relokasi Pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo.

Relokasi merupakan upaya yang delimitis bagi pemerintah di satu sisi pemerintah menginginkan kotanya bersih dan tertata rapi. Namun disisi lain para pedagang menginginkan tempat-tempat yang di tawari sebagai pengganti tersebut kurang memadai. Untuk itu relokasi haru menggunakan konsep yang matang dengan mempertimbangkan segala aspek yang mempengaruhi baik pemerintah, masyarakat umum, serta pedagang itu sendiri.

Adapun ada 5 faktor yang mempengaruhi relokasi pasar Songgolangit adalah:

1. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang ada di pasar Songgolangit terdiri dari tempat parkir, mushola, toilet, kamar mandi, kantor bidang, penerangan lampu, selokan air, pembuangan sampah, lapak-lapak untuk pedagang.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa sarana dan prasarana pasar sudah memadai

seperti toilet, penerangan lampu, mushola, tempat parkir, lapak-lapak pedagang, kantor bidang dan pembuangan sampah. Semaksimal mungkin pemerintah memberikan fasilitas-fasilitas kepada pedagang agar pedagang di pasar nyaman. penjelasan tersebut dapat dianalisa bahwa persepsi kebijakan pemerintah terhadap sarana prasarana pasar sudah sesuai dengan standarisasi sarana, sarana yang diberikan sudah memadai dari segi mushola, toilet, dan sarana lainnya.

2. Infrastruktur

Berdasarkan hasil wawancara kebijakan pemerintah dapat diketahui bahwa pembangunan hanya berbentuk los yang berjumlah 4 los untuk pasar pengadilan, pasar Songgolagit dan pasar stasiun, bangunan ini hanya berbentuk los karena pasar hanya tempat sementara karena masih menunggu pembangunan pasar yang lama. Dari penjelasan tersebut dapat dianalisa bahwa menurut pemerintah bahwa infrastruktur relokasi pasar sudah memadai dengan hal tersebut bangunan yang tidak permanen di bangun karena untuk mensejahterkan masyarakat agar dapat bisa berjualan dengan semestinya.

3. Lokasi Pasar

Lokasi pasar Songgolagit setelah relokasi ada di bekas RSUD Harjono, faktor penting dalam perencanaan relokasi, karena sangat menentukan kemudahan menuju lahan usaha, jaringan sosial, pekerjaan, bidang usaha, kredit dan peluang besar.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa tempat relokasi pasar Songgolongit ini pilih karena lahan yang ada di RSUD Harjono bisa menampung pedagang dan lahan yang luas serta kosong hanya di RSUD Harjono dan lokasi pasar tidak jauh dengan pasar lama. Dari penjelasan tersebut dapat dianalisa bahwa lokasi pasar sudah sesuai, karena pada hakikatnya pasar akan rame jika di pertengahan penduduk maupun di dalam kota. Sedangkan relokasi pasar Songgolongit ini beradai di pertengahan kota, masyarakat masih menjangkau pasar.

4. Kondisi Sosial

Berdasarkan hasil wawancara kebijakan pemerintah dapat diketahui bahwa pedagang dan pemerintah awalnya kurang baik, karena banyak pedagang yang mengeluhkan pendapatan berkurang, pendapatan menurun. Dari penjelasan tersebut dapat dianalisa bahwa pendapat pedagang dengan pemerintah yang berbeda mengakibatkan miss komunikasi dengan pedagang.

5. Kondisi Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara kebijakan pemerintah dapat diketahui bahwa kondisi masyarakat senang dengan adanya perelokasian ini karena secara tidak langsung dapat meningkatkan dan membangkit perekonomian masyarakat sekitar dan membuka usaha-usaha pertokoan di sekitar pasar. Dari penjelasan tersebut dapat dianalisa bahwa berdampak positif terhadap kondisi

masyarakat, dengan relokasi pasar ini masyarakat dapat membangkitkan usaha meraka yang beberapa tahun mati.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari beberapa paparan di atas bahwa disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi pedagang terhadap relokasi pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo, ada 5 faktor yang mempengaruhi relokasi pasar yaitu, sarana dan prasarana menurut pedagang kurang memadai. Faktor yang kedua yaitu, Infrastruktur bahwa pedagang berpersepsi belum layak, fasilitas yang kurang memadai. Faktor yang ketiga yaitu, Lokasi pasar, bahwa yang mempunyai persepsi lokasi pasar strategis ada yang persepsi kurang setuju dengan relokasi pasar di RSUD harjono. Faktor yang keempat yaitu, kondisi sosial, bahwa kondisi sosial pedagang tidak baik. Faktor yang kelima yaitu, kondisi masyarakat, bahwa mengalami peningkatan perekonomian
2. Persepsi kebijakan Pemerintah Terhadap Reloksi pasar Songgolangt Kabupaten Ponorogo, ada 5 faktor yang mempengaruhi relokasi pasar yaitu, faktor pertama sarana dan prasarana menurut kebijakan pemerintah bahwa sarana dan prasaran sudah memadai. Faktor yang kedua yaitu, Infrastruktur bahwa bangunan pasar sudah memadai. Faktor yang ketiga yaitu, lokasi pasar, menurut kebijakan pemerintah bahwa lokasi pasar

sudah sesuai. Faktor yang keempat yaitu, kondisi sosial, bahwa kondisi sosial menurut pemerintah kurang baik. Faktor kelima yaitu, kondisi masyarakat bahwa adanya relokasi dapat meningkatkan perekonomian sekitar.

B. Saran

1. Bagi pihak pedagang hendaknya mengambil sisi positif dari adanya pengelolaan pasar tradisional yang telah direlokasi ini, tidak hanya memikirkan resiko yang ada, tetapi juga ada keuntungan dari adanya pengelolaan pasar tradisional seperti, tempatnya lebih baik dari tempat yang terkena dampak kebakaran dan lebih terlihat tertata di mata para konsumen yang ingin berkunjung ke pasar tradisional.
2. Bagi pemerintah, sebaiknya lebih memperhatikan lagi bagaimana kondisi pasar yang direlokasi, apakah sudah sesuai menurut pandangan para pedagang dan hendaknya memperhatikan bagian apa yang mempengaruhi sebuah bangunan yang didirikan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Afifudin. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung: Pustaka Setia. 2009.

Arikunto, Suharsimi . *Prosedur Penulisan Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:Rineka Cipta. 1991.

Damanuri, Aji .*Metodologi Penelitian Mu'amalah* . Ponorogo: STAIN Po PRESS. 2010.

Damsar & Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, .Jakarta: Kencana, 2009.

Efendi, Ferry & Makhfudli, *Keperawatan Kesehatan Komunitas Teori dan Praktik dalam keperawatan*. Jakarta: Selemba Medika. 2009.

Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* .Jakarta:PT. Bumi Aksara. 2016.

Joga, Nirwono &Endra Saleh Atmawidjaja, dkk. *Trans Jawa: Menjalani Infrastruktur Berkelanjutan* .Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019.

Kotler , Philip & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12* :Erlangga, 2006.

Kasmir & Jakfar . *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2003.

- Lukito, Yulia Nurliani . *Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional melalui Pendekatan Desain dan Interaksi Pengguna Ruang*. Yogyakarta: Deepublish. 2018.
- Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Malano, Herman . *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian* . Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015.
- Persembahan Untuk Indonesia Buku Putih. *Kajian dan Aksi Strategis HMS ITB*. 2018/2019
- Sattar, *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish. 2017.
- Suartha, Nyoman . *Revitalisasi Pasar Tradisional Bali Berbasis Pelanggan (Studi Kasus di Kabupaten Gianyar)*. Jakarta: PT RajaGrafindo. 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* .Bandung : Alfabeta. 2013.

Suharno. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik Kajian Proses dan Analisis Kebijakan*. Yogyakarta: Anggota IKAP. 2016.

Suranto. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.

Umam, Khaerul. *Perilaku Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia. 2012.

Wood, Julia T .*Komunikasi: Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan kita)*, .Jakarta: Salemba Humanika, 2013.

Zan Pjeter, Heri .dkk. *Pengantar Psikopatologi untuk Keperawatan*. Jakarta: Kencana. 2011.

Wijaya, Andika dan Widia Peace Ananta. *Hukum Bisnis Propreti Di Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo. 2017.

B. Jurnal & Skripsi

Adawiyah Hasibuan, Nurul. *Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Relokasi Ke Pasar Induk Di Kota Medan (Studi Kasus Pasar Sutomo Medan)*. Skripsi. 2017.

Anindia Cahya Kamila, Annisa . *Analisis Dampak Kebijakan Relokasi Pedagang Pasca Kebakaran Pasar Dari Sisi Pedagang dan Masyarakat. (studi kasus Pasar Panorama Lembang, Kecamatan*

Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Draft Skripsi. 2016.

Andrianto, Novan. *Evaluasi Implementasi Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima Belakang Kampus Universitas Sebelas Maret Di Kota Surakarta jurusan Sosial*. Skripsi. 2012.

Marsekaldo Rivaldo Manzanaris, dkk, *Dampak Kebijakan Relokasi Pasar Tradisional Rawayana di Wilayah Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara*,2

Hasnawati. *Dampak Relokasi Pasar Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Laino Raha*. Skripsi, 2016.

Mokoginta, Syobrian dkk, “ *Persepsi Masyarakat Terhadap Relokasi Tradisional Di Kelurahan Genggulang Kecamatan Kotamobagu Utara*”. Program Studi Perencanaan Wilayah & Kota Universitas Sam Ratunggi Manado. 2011.

Stanley Marino Pardede, Abraham “*Persepsi Pedagang Terhadap Perencanaan Relokasi (Pusat Pasar) Medan*”. Departemen Ilmu Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan . 2014.