

EVALUASI DAMPAK PEMINDAHAN PASAR TRADISIONAL
(Studi Kasus di Pasar Tradisional Joglo Banjarsari Kota Surakarta)

Oleh :

Stefanus Juan Bares We Senoaji¹, Sri Riris Sugiyarti²

Program Studi Ilmu Administrasi Negara, FISIP, Universitas Slamet Riyadi

E-mail: stefanusjuanbares@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak pemindahan Pasar Tradisional Joglo akibat proyek pembangunan rel layang Simpang Joglo terhadap pendapatan pedagang. Pemindahan yang dilakukan secara bertahap, mulai dari pasar darurat, pasar sementara, hingga pasar permanen, menimbulkan berbagai konsekuensi bagi pedagang yang perlu diteliti lebih lanjut. Kerangka penelitian menggunakan teori evaluasi dampak Samudra Wibawa (1994), yang menekankan pada keberadaan unit pedampak (pedagang sebagai pihak yang terdampak) dan aspek dampak (perubahan kondisi sosial-ekonomi). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: (1) ketergantungan ekonomi pedagang terhadap aktivitas pasar, (2) fasilitas dan akses pasar baru, (3) sosialisasi dan pelibatan pedagang dalam relokasi, (4) perubahan jumlah pembeli atau konsumen, dan (5) perubahan pendapatan serta kesejahteraan pedagang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pedagang Pasar Joglo, pengelola pasar, serta pihak Dinas Perdagangan Kota Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemindahan Pasar Joglo memberikan dampak positif berupa peningkatan fasilitas dan aksesibilitas di lokasi baru. Namun, pada saat yang sama terdapat dampak negatif seperti penurunan jumlah pelanggan, penurunan pendapatan pada masa transisi, serta peningkatan biaya operasional yang membebani pedagang. Kesimpulannya, kebijakan pemindahan Pasar Joglo telah memperbaiki sarana prasarana perdagangan, tetapi belum sepenuhnya mampu menjaga stabilitas pendapatan pedagang. Oleh karena itu, diperlukan upaya lanjutan berupa sosialisasi, pendampingan, serta strategi promosi pasar agar kesejahteraan pedagang tetap terjaga pasca relokasi.

Kata Kunci: Evaluasi Dampak, Relokasi Pasar, Pendapatan Pedagang, Pasar Tradisional Joglo.

ABSTRACT

This study aims to evaluate the impact of the relocation of Joglo Traditional Market due to the Joglo Intersection flyover project on traders' income. The relocation, which was carried out in several stages – from temporary emergency markets, to transitional markets, and finally to the permanent market – has created various consequences for traders that require further investigation. The research framework applies the impact evaluation theory of Samudra Wibawa (1994), which emphasizes the existence of impact units (traders as the affected parties) and impact aspects (changes in socio-economic conditions). The indicators used in this study include: (1) traders' economic dependence on market activities, (2) facilities and access to the new market, (3) socialization and traders' involvement in the relocation process, (4) changes in the number of buyers or customers, and (5) changes in traders' income and welfare. This research employed a qualitative descriptive method, with data collected through interviews, observations, and documentation. The informants consisted of Joglo Market traders, market management, and the Surakarta City Trade Office. The findings show that the relocation of Joglo Market brought positive impacts such as improved facilities and accessibility in the new location. However, it also caused negative impacts, including a decrease in customers, reduced income during the transition period, and an increase in operational costs that burdened traders. In conclusion, the relocation policy of Joglo Market has improved infrastructure but has not fully maintained the stability of traders' income. Therefore, further efforts are required, such as better socialization, assistance, and market promotion strategies to ensure the sustainability of traders' welfare after the relocation.

Keywords: Impact Evaluation, Market Relocation, Traders' Income, Joglo Traditional Market.

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara berkembang terus mengupayakan pembangunan di berbagai bidang untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan ekonomi menjadi salah satu fokus utama, karena sektor ini berkaitan langsung

dengan peningkatan taraf hidup, penciptaan lapangan kerja, serta pemerataan kesejahteraan. Pembangunan ekonomi nasional tidak hanya menekankan pada pertumbuhan, tetapi juga pada keadilan sosial agar manfaat

pembangunan dapat dirasakan secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat.

Dalam proses pembangunan tersebut, pasar memiliki peran sentral sebagai penggerak perekonomian. Pasar menjadi wadah terjadinya interaksi antara produsen dan konsumen, distribusi barang dan jasa, serta pembentukan harga. Lebih dari itu, pasar juga berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD), membuka peluang usaha bagi masyarakat, dan mendorong tumbuhnya kegiatan ekonomi lokal. Dengan demikian, keberadaan pasar bukan sekadar ruang transaksi ekonomi, melainkan juga instrumen penting dalam menunjang kesejahteraan masyarakat.

Pasar tradisional merupakan salah satu pilar utama perekonomian lokal di Indonesia. Pasar ini tidak hanya menjadi tempat transaksi barang kebutuhan sehari-hari, tetapi juga memiliki ciri khas berupa interaksi langsung, proses tawar-menawar, serta keberagaman produk yang mencerminkan budaya lokal. Selain fungsi ekonomi, pasar tradisional juga berperan sebagai ruang sosial bagi masyarakat untuk berinteraksi dan membangun hubungan. Pemerintah pun turut mengatur keberadaan pasar tradisional agar tetap efisien, berdaya saing, dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat.

Melihat peran strategis pasar tradisional, pemerintah memiliki

tanggung jawab untuk mengatur dan melindungi keberadaannya. Berbagai kebijakan dan regulasi diterbitkan untuk memastikan pasar tradisional tetap mampu bersaing dengan pasar modern, sekaligus memberikan kepastian hukum bagi pedagang kecil. Aturan-aturan ini menjadi dasar penting dalam menjaga fungsi pasar tradisional sebagai penggerak ekonomi lokal dan ruang interaksi sosial masyarakat.

Undang-Undang

Perdagangan No. 7 Tahun 2014 mengatur pelaksanaan perdagangan di Indonesia, termasuk perlindungan pasar tradisional. Lebih lanjut, Peraturan Pemerintah Nomor 34 Tahun 2007 tentang “Pengelolaan Pasar Tradisional” memberikan pedoman yang jelas bagi pengelolaan dan pengembangan pasar tradisional, yang diharapkan dapat meningkatkan mutu dan kenyamanan pelayanan bagi pengunjung. Ini penting untuk memastikan pasar tradisional berfungsi optimal, memenuhi kebutuhan masyarakat setempat, dan melindungi pedagang kecil dari dampak buruk persaingan pasar modern. Penerapan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja tidak hanya memfasilitasi proses bisnis, tetapi juga berdampak pada pengaturan pasar tradisional dengan memperluas akses bagi pedagang kecil. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan pasar tradisional tetap

penting dalam konteks pembangunan ekonomi nasional.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, terdapat pasar tradisional yang terancam oleh proyek pembangunan infrastruktur. Salah satu contohnya adalah relokasi pasar tradisional Joglo sebagai bagian dari proyek kereta api layang Simpang-Joglo yang mana proyek ini dimulai sejak Tahun 2022 lalu. Salah satu tujuan utama proyek ini adalah untuk mengurangi kepadatan di kawasan Simpang Joglo dan menghindari perlintasan sebidang antara jalan raya dan rel kereta api. Pengembangan ini juga ditujukan untuk mendukung proyek jalur ganda kereta api Solo-Balapan-Carioso dan rekayasa lalu lintas yang digagas Departemen Perhubungan guna meningkatkan mobilitas di Simpang Joglo yang kerap dilanda kemacetan lalu lintas akibat perlintasan sebidang. Dikutip dari Web Binamarga <https://binamarga.pu.go.id/> diakses minggu, 28 Desember 2024 Jam 19.00 WIB

Akibat terdampak proyek rel kereta api layang Simpang-Joglo, sekitar 80 pedagang Pasar Joglo, Kecamatan Banjarsari, Kota Solo, Jawa Tengah, rencananya akan direlokasi ke pasar darurat depan Tempat Pemakaman Umum (TPU) Bonoloyo pada Juli mendatang. Tahun 2022. Terkait dengan adanya pembangunan proyek Underpass Joglo pada 21 Februari 2024, Dinas Perdagangan (Disdag) Kota Solo menyatakan pedagang harus

mengosongkan lokasi pasar darurat di depan TPU Bonoloyo paling lambat Kamis (29/2/2024).

Pemindahan pedagang Pasar Tradisional Joglo kembali terjadi sebagai dampak lanjutan dari proyek infrastruktur di kawasan Simpang Joglo, khususnya pembangunan underpass. Sebanyak 72 pedagang yang sebelumnya menempati pasar darurat di depan TPU Bonoloyo, Jl. Sumpah Pemuda, Banjarsari, harus direlokasi ke pasar darurat baru yang berlokasi di belakang SMPN 18 Solo, Jl. Manunggal 1, Banjarsari melalui beberapa tahap relokasi sementara, pada akhirnya para pedagang dipindahkan kembali ke Pasar Joglo yang telah dibangun permanen di Jl. Gunung Slamet, Kadipiro, Banjarsari, Solo. Wali Kota Surakarta, Teguh Prakosa, meresmikan pasar baru tersebut pada Selasa, 24 September 2024. meskipun proses pemindahan berulang sebelumnya dapat memberikan dampak terhadap kestabilan pendapatan pedagang selama masa transisi.

Perubahan di pasar tradisional dapat membawa berbagai dampak positif dan negatif. Dampak positifnya adalah Pemindahan Pasar Tradisional Joglo ke lokasi baru membawa dampak signifikan, terutama dalam hal aksesibilitas. Lokasi baru yang strategis, dekat dengan jalur transportasi utama, membuat pasar ini lebih mudah dijangkau oleh masyarakat. Selain itu, area parkir

yang memadai di sekitar pasar baru memberikan kenyamanan tambahan bagi mereka yang menggunakan kendaraan pribadi, menghilangkan salah satu hambatan utama yang sering dihadapi di pasar sebelumnya.

Peningkatan infrastruktur juga mencakup aspek keamanan. Pemasangan sistem penerangan yang baik di area pasar dan sekitarnya menciptakan suasana yang lebih aman, terutama saat malam hari. Keberadaan petugas keamanan juga dapat meningkatkan rasa aman bagi pengunjung.

Terdapat juga sisi negatif yang ada. Selama masa transisi ini, aktivitas perdagangan di lokasi lama sering kali terhenti, mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung dan berdampak langsung pada pendapatan pedagang. Ketidakpastian mengenai lokasi baru pasar menambah kebingungan, sehingga membuat pengunjung enggan datang. Proses fisik pemindahan barang dagangan juga rumit dan memakan waktu, di mana pedagang harus menghadapi tantangan logistik yang sering kali melibatkan biaya tambahan. Selain itu, pembangunan infrastruktur di lokasi baru bisa menyebabkan gangguan seperti penutupan jalan, kebisingan, dan debu, yang mengurangi kenyamanan bagi pengunjung. Identitas pasar yang telah dibangun selama bertahun-tahun juga bisa hilang, meninggalkan rasa kehilangan di hati masyarakat. Resistensi dari komunitas dan pedagang terhadap

pemindahan dapat menciptakan ketegangan sosial, sementara interaksi sosial yang biasa terjadi di lokasi lama terganggu, mengurangi hubungan komunitas yang telah terjalin. Dalam keadaan ini, pelanggan mungkin beralih ke alternatif lain untuk berbelanja, mengubah pola belanja yang telah ada. Semua ini menimbulkan krisis emosional bagi pedagang yang merasa tidak pasti tentang masa depan bisnis mereka, dan selama fase pemindahan, banyak dari mereka menghadapi penurunan pendapatan yang signifikan, mempengaruhi kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan segala tantangan ini, jelas bahwa proses pemindahan pasar tradisional memerlukan manajemen yang baik untuk meminimalkan dampak negatif dan memastikan transisi yang lebih mulus.

Di satu sisi, relokasi dapat meningkatkan akses bagi pengunjung baru dan meningkatkan potensi ekonomi. Di sisi lain juga, langkah seperti itu dapat berarti hilangnya pelanggan setia yang terbiasa berbelanja di toko lama, berkurangnya pendapatan bagi pengecer, dan perubahan dalam kebiasaan belanja masyarakat.

Faktor ekonomi memiliki dampak besar terhadap keberlanjutan pasar tradisional. Faktor kunci di sini adalah pendapatan pedagang, yang sangat bergantung pada jumlah pengunjung dan daya tarik produk yang ditawarkan. Ketika pasar

berubah, penjual dapat kehilangan pelanggan setia, yang berdampak langsung pada keuntungan mereka. Keragaman dan ketersediaan produk di pasar tradisional sangat penting untuk menarik pembeli. Pasar yang menawarkan berbagai produk berkualitas tinggi dengan harga bersaing cenderung memiliki permintaan tinggi. Perubahan pasar dapat mengganggu pasokan barang dan mengurangi variasi produk.

Selain itu, faktor-faktor seperti kebijakan pemerintah, inflasi, dan keadaan ekonomi global juga memengaruhi daya beli masyarakat. Perekonomian yang lebih lemah dapat mengurangi daya beli, yang berdampak negatif pada penjualan di pasar tradisional. Sebaliknya, jika ekonomi membaik, pasar akan mampu menarik lebih banyak pelanggan. Persaingan dari pasar modern Munculnya pasar modern dan pusat perbelanjaan menjadi tantangan bagi pasar tradisional. Di pasar modern, mereka biasanya tidak hanya menawarkan harga menarik tetapi juga kenyamanan dan fasilitas lebih. Jika pasar tradisional tidak beradaptasi, mereka berisiko kehilangan pelanggan dan pendapatan. Pasar tradisional sering kali menjadi sumber pendapatan penting bagi pedagang kecil, dan jenis serta ketersediaan barang yang dijual di pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya tariknya. Selain itu, kebijakan ekonomi pemerintah dan keadaan ekonomi global juga memengaruhi daya beli

masyarakat, sehingga memengaruhi penjualan pasar.

Relokasi Pasar Tradisional Joglo yang dilakukan secara berulang akibat proyek rel layang dan underpass Simpang Joglo menimbulkan berbagai permasalahan bagi pedagang. Pemindahan dari pasar darurat, pasar sementara, hingga pasar permanen tidak hanya mengubah lokasi berdagang, tetapi juga berdampak langsung pada stabilitas usaha. Selama masa relokasi, banyak pedagang mengalami penurunan jumlah pembeli, berkurangnya omzet, hingga ketidakpastian pendapatan. Selain itu, pedagang juga menghadapi beban tambahan berupa biaya penyesuaian lapak, kesulitan menarik kembali pelanggan lama, serta tantangan beradaptasi dengan lingkungan pasar yang baru.

Permasalahan ini menunjukkan bahwa kebijakan relokasi tidak selalu berjalan mulus dan dapat menimbulkan konsekuensi ekonomi bagi pedagang tradisional. Oleh karena itu, penting dilakukan evaluasi untuk mengetahui cakupan pemindahan Pasar Joglo berpengaruh terhadap pendapatan pedagang, sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perubahan tersebut. Hasil evaluasi ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan relokasi pasar tradisional yang lebih berpihak pada pedagang

dan masyarakat. Atas dasar itu, penelitian ini mengambil judul:

EVALUASI DAMPAK PEMINDAHAN PASAR TRADISIONAL

(Studi Kasus di Pasar Tradisional
Joglo Banjarsari Kota Surakarta)

LANDASAN TEORI

1. EVALUASI DAMPAK

Evaluasi atau studi implementasi menurut Buku Samudra Wibawa (1994:29) yang berjudul Evaluasi kebijakan Publik tidak hanya menyoroti pelaksanaan suatu program, tetapi juga memperhatikan unsur input dan output dari program tersebut. Dalam hal ini, evaluasi dampak kebijakan memakai kerangka berpikir yang serupa dengan evaluasi implementasi. Meskipun objek pengamatannya sama, fokus kajiannya berbeda. Evaluasi implementasi cenderung menilai dampak jangka pendek atau sementara, sedangkan evaluasi dampak lebih menekankan pada efek jangka panjang atau dampak permanen.

Di antara berbagai kemungkinan dampak yang muncul, terdapat dampak yang memang diinginkan dan ada pula yang tidak diharapkan. Dari uraian tersebut dapat dipahami

bahwa baik evaluasi dampak maupun evaluasi implementasi dapat dilakukan sebelum ataupun sesudah kebijakan dijalankan.

Pemindahan pasar tradisional merupakan kebijakan yang sering diambil oleh pemerintah untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, evaluasi dampak dari kebijakan ini perlu dilakukan untuk memahami implikasinya terhadap pendapatan masyarakat. Dalam konteks ini, evaluasi dampak tidak hanya mencakup hasil yang diharapkan, tetapi juga dampak tidak terduga yang mungkin muncul. Evaluasi Dampak Dalam Samudra Wibawa (1994:29) evaluasi dampak merupakan evaluasi yang mencermati dampak tetap atau dampak jangka panjang. Evaluasi dampak memberikan perhatian yang lebih besar kepada output dan dampak kebijakan. Dampak yang dimaksud adalah dampak yang diharapkan serta dampak yang tidak diharapkan.

Berdasarkan pemikiran Samudra Wibawa (1994:35), dampak dari pemindahan pasar tradisional dapat dianalisis dalam dua kategori utama:

*Unit Pedampak: Unit pedampak merujuk pada pihak-pihak yang menerima atau merasakan langsung dampak dari pelaksanaan suatu kebijakan atau program. Mereka adalah kelompok sasaran yang menjadi objek dari perubahan yang terjadi akibat kebijakan tersebut. Unit pedampak bisa beragam, mulai dari individu, kelompok masyarakat, lembaga, organisasi, hingga wilayah geografis tertentu, tergantung pada skala dan jenis kebijakan yang dilaksanakan. Dalam melakukan evaluasi, sangat penting untuk mengidentifikasi dengan tepat siapa saja yang menjadi unit pedampak, karena perubahan yang terjadi pada mereka akan menjadi indikator langsung dari keberhasilan atau kegagalan suatu program. Dalam hal ini, unit yang terkena dampak adalah para pedagang dan pembeli yang bertransaksi di pasar. Pemindahan ini bisa mempengaruhi pendapatan pedagang, terutama jika lokasi baru tidak strategis atau sulit dijangkau.

*Aspek Dampak: Sementara itu, unit dampak merujuk pada jenis perubahan atau aspek-aspek kehidupan yang berubah akibat pelaksanaan suatu kebijakan. Unit ini

menjadi tolok ukur untuk melihat apa yang sebenarnya berubah dari kebijakan tersebut. Perubahan yang diamati bisa berupa peningkatan atau penurunan pendapatan, pergeseran pola konsumsi, perubahan tingkat akses terhadap layanan publik, perubahan sikap atau perilaku masyarakat, hingga kondisi sosial-ekonomi lainnya. Dalam evaluasi, unit dampak menjadi fokus untuk mengetahui bentuk dan intensitas dampak yang dirasakan oleh unit pedampak. Dampak pada kehidupan masyarakat pedagang yang lebih luas, termasuk bagaimana pemindahan pasar mempengaruhi interaksi sosial dan ekonomi di sekitarnya. Misalnya, pemindahan pasar dapat mengurangi keramaian di area lama, yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang yang tetap berada di lokasi lama.

Untuk memperkaya analisis, penelitian ini juga mengacu pada teori evaluasi dampak dari William N. Dunn (2003:332). Menurut Dunn, evaluasi dampak merupakan suatu proses sistematis untuk menilai berbagai konsekuensi dari kebijakan publik, baik yang diharapkan maupun tidak

diharapkan, langsung maupun tidak langsung, serta dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Teori Dunn menambahkan kompleksitas dalam analisis evaluasi karena memperhatikan dimensi kausalitas, yaitu hubungan sebab-akibat antara kebijakan dengan perubahan yang ditimbulkan.

Dunn mengklasifikasikan dampak menjadi beberapa kategori:

1.) Dampak langsung dan tidak langsung

*Dampak langsung adalah hasil yang muncul segera setelah kebijakan dijalankan.

*Dampak tidak langsung adalah efek lanjutan yang muncul sebagai konsekuensi dari dampak langsung.

2.) Dampak diharapkan dan tidak diharapkan

*Dampak diharapkan merupakan tujuan yang secara eksplisit ingin dicapai oleh kebijakan.

*Dampak tidak diharapkan adalah konsekuensi tak terduga, yang bisa bersifat positif maupun negatif.

3.) Dampak jangka pendek dan jangka panjang

*Dampak jangka pendek mencakup perubahan yang terjadi dalam waktu singkat.

*Dampak jangka panjang lebih berfokus pada

perubahan yang bersifat mendalam dan permanen dalam struktur sosial atau ekonomi.

Terdapat pula Selain itu, teori dari Subarsono (2015) dan Nugroho (2003) juga memberikan perspektif penting dalam evaluasi kebijakan.

Subarsono menekankan evaluasi sebagai sarana untuk mengukur kesesuaian antara perencanaan dan hasil kebijakan, sehingga lebih fokus pada konsistensi pelaksanaan dengan tujuan awal.

Nugroho menambahkan bahwa evaluasi berfungsi sebagai umpan balik (feedback) bagi pembuat kebijakan agar dapat memperbaiki program di masa mendatang.

Jika dibandingkan, teori Samudra Wibawa lebih spesifik dalam melihat konsekuensi kebijakan terhadap kelompok masyarakat tertentu, sementara teori William Dunn lebih umum dan komprehensif dalam menilai kebijakan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penelitian ini lebih tepat menggunakan teori evaluasi dampak Samudra Wibawa sebagai landasan utama, karena fokus penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pendapatan pedagang Pasar

Joglo sebagai unit terdampak berubah akibat kebijakan relokasi pasar. Dengan kata lain, penelitian ini berorientasi langsung pada dampak kebijakan terhadap kelompok sasaran, bukan pada aspek kelembagaan atau efisiensi birokrasi secara umum.

Bukti kuat pemilihan teori ini dapat dilihat dari perumusan masalah dan tujuan penelitian. Rumusan masalah penelitian ini menitikberatkan pada pertanyaan mengenai dampak pemindahan pasar terhadap pendapatan pedagang. Hal ini jelas sejalan dengan kerangka unit terdampak dalam teori Samudra Wibawa, di mana pedagang Pasar Joglo diposisikan sebagai pihak yang terkena dampak langsung dari kebijakan relokasi. Dengan demikian, penggunaan teori Samudra Wibawa tidak hanya relevan secara akademis, tetapi juga konsisten dengan fokus dan arah penelitian yang ingin mengungkap realitas ekonomi pedagang pasca relokasi.

Namun demikian, teori William Dunn tetap dipertimbangkan sebagai teori pendukung untuk memperkaya analisis. Beberapa kriteria evaluasi

Dunn, seperti efektivitas dan responsivitas, dapat digunakan sebagai instrumen tambahan dalam menilai apakah kebijakan relokasi pasar yang diterapkan pemerintah kota benar-benar mampu menjawab kebutuhan pedagang dan masyarakat sekitar. Dengan mengombinasikan kedua pendekatan ini, penelitian menjadi lebih komprehensif, tetapi tetap berakar pada teori Samudra Wibawa sebagai dasar utama.

2. PASAR

Menurut Peraturan Presiden No 112 tahun 2007 tentang Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pus perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pus perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu. Dalam konteks ilmu ekonomi, pengertian pasar jauh lebih luas daripada sekadar lokasi untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar mencakup seluruh aspek permintaan dan penawaran,

serta semua interaksi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk menukar barang dan jasa. Indikator yang paling jelas mengenai kondisi ekonomi masyarakat di suatu daerah dapat dilihat dari pusat-pusat perdagangan yang ada di wilayah tersebut. Perkembangan ekonomi masyarakat bisa di ukur dari maraknya pembangunan pusat perdagangan.

Menurut Yusuf Saleh dalam bukunya pasar adalah semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan dan keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu. Ukuran pasar tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan dan keinginan, memiliki sumber daya yang menarik pihak lain, serta bersedia dan mampu menawarkan sumber daya ini untuk di tukar dengan apa yang mereka inginkan

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pasar adalah lokasi di mana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi jual beli.

- Pengertian Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Presiden (PERPRES) No.112 Tahun 2007 pasal 1 ayat 2, pasar

tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa tok kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Pengertian pasar tradisional dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.42 Tahun 2019 adalah suatu area tertentu tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan proses jual beli berbagai jenis barang konsumsi melalui tawar menawar.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi secara langsung, umumnya melalui mekanisme tawar-menawar. Pasar ini biasanya terdiri dari kios, los, dan lapak yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, mulai dari bahan makanan, sandang, hingga barang lain yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Ciri utama pasar tradisional adalah adanya

interaksi sosial yang erat antara pedagang dan pembeli serta keberagaman produk yang mencerminkan budaya lokal.

Pasar memiliki tiga fungsi yaitu:

1) Pasar sebagai sarana pasar penjualan sebagai sarana penjualan dan fungsi prosedur limbah untuk barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pasar memungkinkan produsen untuk bekerja secara langsung dan tidak langsung untuk memberikan hasil produksi kepada konsumen. Jika distribusi barang dan jasa berjalan dengan lancar dari produsen ke konsumen, pasar harus bekerja dengan baik. Sebaliknya, pasar di katakana tidak berfungsi baik jika kegiatan distribusi seringkali macet. (Maulana, 2020)

2) Pembentukan harga Pasar berfungsi sebagai pembentuk harga pasar, yaitu kesepakatan harga antara penjual dan pembeli.

3) Promosi Pasar merupakan sarana yang paling tepat untuk ajang promosi. Pelaksanaan promosi dapat dilakukan dengan cara memasang spanduk, memagikan brosur, dan membagikan sampel (Rahayu & Athoilllah, 2022)

3. RELOKASI PASAR

Relokasi diartikan dengan perpindahan atau pemindahan lokasi, baik suatu industri maupun tempat berdagang dari satu tempat ketempat lain dengan alasan tertentu.

Relokasi pasar adalah pemindahan aktivitas perdagangan dari lokasi lama ke lokasi baru yang dilakukan oleh pemerintah dengan tujuan penataan kota, pembangunan infrastruktur, maupun peningkatan kenyamanan fasilitas perdagangan. Relokasi biasanya dimaksudkan untuk menciptakan lingkungan pasar yang lebih tertib, bersih, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern. Namun demikian, relokasi pasar tradisional tidak hanya membawa perubahan fisik, tetapi juga berimplikasi pada aspek sosial dan ekonomi pedagang. Dampak yang sering muncul antara lain berkurangnya jumlah pembeli, perubahan aksesibilitas, peningkatan biaya adaptasi, serta ketidakpastian pendapatan pedagang selama masa transisi. Oleh karena itu, relokasi pasar tidak hanya dilihat sebagai kebijakan penataan ruang, melainkan juga sebagai kebijakan publik yang menimbulkan konsekuensi langsung bagi

pedagang sebagai kelompok terdampak.

- Tujuan Relokasi Pasar
- 1. Memberdayakan pengusaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi, serta pasar tradisional agar mereka mampu berkembang, bersaing, tangguh, maju, mandiri, dan meningkatkan kesejahteraannya.
- 2. Mengatur dan menata keberadaan serta pendirian pasar modern di suatu wilayah tertentu agar tidak merugikan atau mematikan pasar tradisional, mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang sudah ada dan memiliki nilai historis, sehingga dapat menjadi aset daerah.
- 3. Menciptakan kesesuaian dan keserasian lingkungan sesuai dengan tata ruang wilayah.
- 4. Mendorong terciptanya partisipasi dan kemitraan antara publik dan swasta dalam penyelenggaraan usaha perpasaran antara pasar tradisional dan pasar modern.
- 5. Mendaemberikan perlindungan kepada usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pasar tradisional. (Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar No. 04 tahun 2015)

Berdasarkan penjelasan di atas, tujuan

relokasi pasar adalah untuk membantu para pedagang mengembangkan usaha mereka, meningkatkan kesejahteraan, dan yang terpenting, agar para pembeli merasa nyaman dan aman saat berbelanja di pasar.

4. PENDAPATAN

Pendapatan adalah imbalan yang diterima oleh suatu pihak sebagai hasil partisipasinya dalam proses produksi barang dan jasa. Ini juga diartikan sebagai peningkatan aset yang terjadi akibat penjualan produk perusahaan. Pendapatan selain itu juga dapat di definisikan sebagai penghasilan dari usaha pokok perusahaan atau penjualan barang atau jasa diikuti biaya-biaya sehingga diperoleh laba kotor.

Menurut prinsip akuntansi, pendapatan diartikan sebagai peningkatan aktiva atau pengurangan kewajiban suatu entitas yang terjadi akibat penyerahan barang atau jasa, serta kegiatan usaha lainnya dalam suatu periode tertentu. Pendapatan merupakan faktor penting bagi setiap manusia, karena sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup suatu usaha.

Aspek peningkatan pendapatan (income)

memerlukan dua faktor penunjang utama yaitu lapangan pekerjaan dan stabilitas nilai tukar.

1. Lapangan Pekerjaan

Pemerintah sulit untuk menciptakan lapangan pekerjaan secara langsung karena berbagai keterbatasan. Namun, mereka dapat mendorong kegiatan ekonomi masyarakat dengan mengembangkan investasi, yang pada gilirannya akan menghasilkan berbagai jenis lapangan pekerjaan.

2. Stabilitas Nilai Tukar

Stabilitas nilai tukar, baik yang bersifat internal (harga barang dan jasa yang dikonsumsi sehari-hari) maupun eksternal, memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan daya beli individu. Jika pendapatan meningkat 10% tetapi harga barang dan jasa naik lebih dari 10%, maka daya beli orang tersebut akan menurun.

Pendapatan, atau income, merujuk pada uang yang diterima seseorang melalui transaksi jual beli, yang terjadi ketika ada kesepakatan harga antara penjual dan pembeli. Secara ringkas, pendapatan individu dipengaruhi oleh:

- Jumlah faktor produksi yang dimiliki, yang bisa berasal dari tabungan

masa lalu atau warisan/pemberian.

- Harga per unit untuk setiap faktor produksi, yang ditentukan oleh interaksi antara penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.

Pendapatan juga dapat diartikan sebagai total uang yang diterima oleh individu atau rumah tangga dalam periode tertentu. Pendapatan seseorang atau rumah tangga memiliki dampak besar terhadap tingkat konsumsi. Semakin tinggi pendapatan, semakin tinggi pula tingkat konsumsi. Ketika pendapatan meningkat, kemampuan rumah tangga untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumsi juga meningkat, yang mungkin mendorong pola hidup yang lebih konsumtif, serta tuntutan akan kualitas yang lebih baik.

Dalam kajian ekonomi klasik, Adam Smith menjadi salah satu tokoh utama yang membahas tentang sumber dan pembentukan pendapatan masyarakat. Dalam karyanya "The Wealth of Nations", Smith mengemukakan bahwa pendapatan masyarakat bersumber dari tiga elemen utama, yaitu upah tenaga kerja, laba pemilik modal, dan sewa atas tanah atau properti. Ketiga komponen ini menjadi dasar pembentukan

pendapatan nasional dan mencerminkan peran masing-masing faktor produksi dalam sistem ekonomi.

Menurut Smith, pendapatan masyarakat akan terbentuk secara alami melalui mekanisme pasar, selama tidak ada intervensi atau distorsi. Namun demikian, ia juga menyadari bahwa kelompok pemilik modal dan tanah memiliki posisi tawar yang lebih kuat dibandingkan tenaga kerja, sehingga berpotensi menimbulkan ketimpangan distribusi pendapatan. Oleh karena itu, meskipun Smith mendukung kebebasan pasar, ia juga menekankan pentingnya menjaga keadilan dalam pembagian hasil ekonomi.

Dalam konteks pemindahan pasar tradisional, seperti yang terjadi pada Pasar Joglo akibat proyek rel layang Simpang Joglo, teori Smith ini menjadi relevan untuk melihat bagaimana perubahan fisik dan lokasi ruang ekonomi dapat memengaruhi distribusi pendapatan masyarakat yang bergantung pada aktivitas pasar. Perubahan lokasi pasar tidak hanya berdampak pada pergerakan barang dan jasa, tetapi juga dapat memengaruhi tingkat upah pedagang, pengelolaan sewa

kios, dan potensi laba usaha. Ketiga komponen ini sesuai dengan struktur pendapatan masyarakat menurut teori klasik Adam Smith, sehingga dapat digunakan sebagai pijakan untuk mengevaluasi dampak ekonomi dari pemindahan pasar tersebut.

Terdapat juga Teori bauran pemasaran atau marketing mix yang dikembangkan oleh Jerome McCarthy (1960) menyatakan bahwa keberhasilan suatu aktivitas ekonomi sangat dipengaruhi oleh empat elemen utama, yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Dalam konteks ini, aspek promosi menjadi komponen krusial dalam menarik perhatian konsumen dan menciptakan lalu lintas pengunjung yang stabil, terutama dalam kondisi perubahan lokasi usaha atau relokasi pasar. Ketika suatu pasar dipindahkan ke lokasi baru, keberadaan pasar tersebut tidak otomatis diketahui masyarakat luas.

Dibutuhkan strategi promosi yang tepat, seperti penyebaran informasi, pemasangan papan penunjuk, media sosial, atau dukungan dari pemerintah daerah, agar pasar baru cepat dikenal dan dikunjungi oleh konsumen. Ketiadaan promosi yang efektif

berpotensi menyebabkan minimnya aktivitas ekonomi, turunnya jumlah pengunjung, dan berkurangnya transaksi jual beli. Hal ini berdampak langsung pada penurunan pendapatan masyarakat, khususnya pedagang kecil dan pelaku usaha mikro yang sangat bergantung pada keramaian pasar sebagai sumber penghidupan. Oleh karena itu, dalam evaluasi dampak pemindahan Pasar Tradisional Joglo, teori ini sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana kekurangan dalam strategi promosi turut memperparah dampak negatif relokasi terhadap aspek ekonomi lokal. Kombinasi antara perubahan lokasi (place) dan lemahnya promosi (promotion) dalam bauran pemasaran dapat menjadi penyebab utama menurunnya daya saing dan pendapatan masyarakat

a. Jenis Jenis Pendapatan
Pendapatan adalah total penerimaan yang diterima oleh individu atau rumah tangga dalam periode tertentu, baik berupa uang maupun non-uang. Terdapat beberapa kategori pendapatan, antara lain:

a. Pendapatan pribadi:
Semua jenis pendapatan yang diperoleh tanpa melakukan

kegiatan apapun oleh penduduk suatu negara.

b. Pendapatan disposibel: Pendapatan pribadi setelah dikurangi pajak yang harus dibayar, yang merupakan sisa pendapatan yang dapat dibelanjakan.

c. Pendapatan nasional: Total nilai barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu negara dalam satu tahun.

Pendapatan juga dapat dibagi menjadi dua jenis:

a. Pendapatan kotor: Pendapatan yang diperoleh dari penjualan sebelum dikurangi biaya-biaya langsung.

b. Pendapatan bersih: Pendapatan kotor setelah dikurangi semua biaya operasional. Pendapatan bersih atau laba bersih adalah keuntungan yang diperoleh dari aktivitas usaha, belum termasuk biaya pinjaman jika ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif menurut Moleong (2005) adalah pendekatan yang

menghasilkan data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Metode ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menggali pengalaman pribadi peserta, khususnya pasien, terkait interaksi mereka dengan sistem layanan kesehatan yang disediakan oleh BPJS Kesehatan. Menurut pandangan Creswell (2014), penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menghayati makna yang dihasilkan oleh individu dan kelompok dalam konteks sosial tertentu.

Penggalan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, Pertama, Wawancara menurut Moleong (2018) adalah percakapan dengan maksud tertentu, dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara langsung kepada informan secara mendalam menggunakan daftar pertanyaan sebagai pedoman dalam melakukan wawancara tentang apa saja yang ingin ditanyakan oleh peneliti, dilakukannya hal ini dengan tujuan agar penelitian

berlangsung dengan mudah serta terarah. Kedua, Observasi memiliki arti sebagai teknik pengumpulan data yang memiliki ciri yang spesifik jika dibandingkan dengan teknik pengumpulan data yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner, menurut Moleong (2018) Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis perilaku, kejadian, atau fenomena yang terjadi di lapangan. Jika wawancara dan kuesioner selalu berinteraksi dengan orang secara langsung, maka tidak dengan observasi, observasi tidak terbatas pada orang-orang, serta tidak terbatas pada objek. Ketiga, Dokumentasi menurut Moleong (2018) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menganalisis dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dokumen ini dapat berupa teks, gambar, atau rekaman yang memiliki informasi penting. Dalam hal ini, peneliti mendokumentasikan kegiatan wawancara dengan subyek penelitian maupun kegiatan observasi lainnya yang dapat membantu peneliti dalam pengumpulan data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. UNIT PEDAMPAK

Unit Pedampak dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang secara langsung menerima dampak dari kebijakan pemindahan Pasar Tradisional Joglo akibat pembangunan Rel Layang Simping Joglo. Berdasarkan teori evaluasi dampak Samodra Wibawa (1994), unit pedampak merupakan kelompok sasaran atau individu yang mengalami perubahan kondisi sosial, ekonomi, dan teknis sebagai akibat dari suatu kebijakan. Dalam konteks penelitian ini, para pedagang Pasar Joglo menjadi unit pedampak utama karena mereka adalah pihak yang paling terpengaruh oleh kebijakan relokasi pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pemindahan Pasar Joglo memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan usaha pedagang. Pemindahan dilakukan secara bertahap, mulai dari

pasar lama ke pasar darurat di depan TPU Bonoloyo, kemudian ke pasar darurat belakang SMPN 18 Solo, hingga akhirnya menempati bangunan permanen Pasar Joglo yang baru. Perpindahan yang berulang ini menyebabkan ketidakpastian ekonomi dan memunculkan perubahan pola aktivitas perdagangan.

Setelah menempati pasar baru, kondisi pedagang tidak seragam. Sebagian besar pedagang mengalami penurunan jumlah pembeli dan penurunan pendapatan karena lokasi pasar baru belum sepenuhnya dikenal masyarakat. Selain itu, faktor aksesibilitas pasar juga menjadi salah satu tantangan utama, di mana pembeli cenderung memilih lokasi belanja yang lebih mudah dijangkau. Dampak tersebut dirasakan lebih berat oleh pedagang yang sebelumnya memiliki pelanggan tetap di pasar lama, karena sebagian pelanggan lama memilih beralih ke pasar lain yang lebih dekat dengan pemukiman mereka.

Secara keseluruhan, kondisi unit pedampak pada pemindahan Pasar Joglo menunjukkan adanya tantangan adaptasi yang kompleks. Perubahan lokasi pasar bukan hanya berdampak pada pendapatan pedagang, tetapi juga pada pola perdagangan, interaksi sosial, dan kesejahteraan ekonomi keluarga. Temuan ini menegaskan bahwa kebijakan relokasi pasar perlu disertai strategi pendukung, seperti promosi pasar, perbaikan aksesibilitas, dan pengaturan zonasi dagangan yang lebih efektif agar dampak negatif terhadap pedagang dapat diminimalkan.

Berdasarkan uraian mengenai unit pedampak di atas, dapat disimpulkan bahwa para pedagang sebagai pihak yang paling terdampak memiliki kondisi yang beragam dalam menghadapi relokasi. Untuk memahami lebih jauh bagaimana perubahan ini mempengaruhi keberlangsungan usaha dan kesejahteraan mereka, pembahasan selanjutnya akan

menguraikan sub-indikator yang mencakup strategi menjaga keberlangsungan usaha, tingkat ketergantungan ekonomi, dampak fisik dan teknis relokasi pasar dan Sosialisasi dan pelibatan pedagang.

A. Strategi Menjaga Usaha Pedagang dan Keberlangsungan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemindahan Pasar Tradisional Joglo akibat pembangunan Rel Layang Simpang Joglo memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan usaha para pedagang. Sebagai unit pedampak utama, pedagang dituntut untuk beradaptasi dengan kondisi baru yang berbeda dari pasar lama, baik dari segi lokasi, jumlah pembeli, pola perdagangan, maupun fasilitas pendukung. Dalam konteks ini, strategi menjaga keberlangsungan usaha menjadi faktor penting untuk memastikan aktivitas perdagangan dapat tetap berjalan stabil

di tengah perubahan lingkungan pasar.

Salah satu strategi yang dilakukan adalah penataan zonasi dagangan oleh pengelola pasar. Pedagang ditempatkan berdasarkan jenis dagangan masing-masing untuk memudahkan pembeli dalam menemukan produk yang dicari. Penataan ini diharapkan dapat menciptakan alur belanja yang lebih rapi dan efisien, sekaligus meningkatkan daya tarik pasar di lokasi baru. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penataan zonasi ini belum sepenuhnya optimal. Pedagang yang menempati kios di bagian dalam pasar cenderung mengalami penurunan jumlah pembeli dibandingkan pedagang yang menempati kios di bagian depan atau jalur utama.

Selain penataan zonasi, promosi pasar juga menjadi strategi yang diterapkan untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Pengelola pasar bekerja sama dengan Dinas Perdagangan Kota Surakarta untuk

memperkenalkan keberadaan pasar baru melalui berbagai media, termasuk spanduk, media sosial, dan layanan penanda lokasi digital seperti Google Maps. Upaya promosi ini dilakukan untuk mengembalikan minat pembeli lama sekaligus menarik pembeli baru yang sebelumnya belum mengenal lokasi pasar Joglo yang baru. Namun, penelitian menemukan bahwa promosi yang dilakukan masih bersifat terbatas, sehingga dampaknya belum merata dirasakan oleh seluruh pedagang.

Dari sisi pedagang, strategi menjaga keberlangsungan usaha dilakukan dengan beradaptasi terhadap perubahan pola pembeli. Sebagian pedagang mulai memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk mempromosikan dagangannya, seperti menawarkan produk melalui grup WhatsApp atau memasarkan barang secara online. Pendekatan ini terbukti membantu sebagian pedagang menjangkau konsumen yang lebih luas di luar pasar fisik. Namun, tidak semua pedagang mampu

menerapkan strategi ini karena keterbatasan pengetahuan teknologi maupun modal usaha.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya hubungan erat antara keberlangsungan usaha dengan ketersediaan fasilitas pendukung pasar. Pasar Joglo baru menyediakan infrastruktur yang lebih baik dibandingkan lokasi sebelumnya, seperti kios yang tertata rapi, atap permanen, fasilitas kebersihan, dan area parkir yang lebih luas. Kondisi ini memberikan kenyamanan lebih bagi sebagian pedagang dan pembeli. Namun, fasilitas yang lebih baik saja belum cukup tanpa strategi pemasaran yang efektif, karena keberadaan pasar baru masih memerlukan upaya aktif untuk menarik pengunjung.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa strategi menjaga keberlangsungan usaha pedagang Pasar Joglo setelah relokasi dilakukan melalui penataan zonasi dagangan, promosi pasar, pemanfaatan teknologi digital, serta peningkatan fasilitas pendukung pasar. Meskipun berbagai

upaya telah dilakukan, tantangan tetap ada, terutama terkait minimnya promosi, perbedaan posisi kios yang memengaruhi omzet, dan keterbatasan kemampuan pedagang dalam mengadopsi strategi pemasaran baru. Oleh karena itu, keberhasilan keberlangsungan usaha pasca-relokasi masih sangat bergantung pada kemampuan adaptasi pedagang, optimalisasi promosi pasar, serta dukungan kebijakan pemerintah dalam menata kawasan perdagangan.

B. Ketergantungan Ekonomi Pedagang

Ketergantungan ekonomi pedagang Pasar Tradisional Joglo terhadap aktivitas berdagang sangat tinggi. Sebagian besar pedagang menjadikan pasar sebagai sumber penghasilan utama untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti biaya makan, pendidikan anak, kesehatan, dan keperluan rumah tangga lainnya. Kondisi ini membuat setiap kebijakan yang memengaruhi aktivitas pasar, termasuk

pemindahan lokasi, berdampak langsung terhadap kesejahteraan ekonomi mereka.

Proses relokasi Pasar Joglo akibat proyek Rel Layang Simpang Joglo menimbulkan perubahan signifikan terhadap stabilitas ekonomi pedagang. Perpindahan lokasi berkali-kali, mulai dari pasar lama ke pasar darurat di depan TPU Bonoloyo, kemudian ke pasar darurat belakang SMPN 18 Solo, hingga menempati pasar baru permanen, menyebabkan fluktuasi pendapatan pedagang. Saat pasar berada di lokasi darurat, jumlah pembeli menurun drastis karena lokasi yang kurang strategis dan belum dikenal masyarakat luas. Akibatnya, sebagian besar pedagang mengalami penurunan omzet yang cukup besar dan kesulitan memenuhi kebutuhan pokok rumah tangga.

Hasil penelitian juga menemukan adanya perbedaan tingkat ketergantungan ekonomi antar pedagang. Pedagang yang hanya mengandalkan penjualan di pasar sebagai satu-satunya sumber pendapatan cenderung merasakan dampak paling berat akibat penurunan

jumlah pembeli. Sebaliknya, pedagang yang memiliki sumber penghasilan tambahan, seperti usaha sampingan di luar pasar, cenderung lebih mampu bertahan dan menyesuaikan kondisi. Hal ini menunjukkan bahwa diversifikasi sumber pendapatan menjadi salah satu faktor penentu ketahanan ekonomi pedagang dalam menghadapi dampak relokasi.

Selain itu, penelitian mengungkap bahwa jenis barang dagangan juga memengaruhi tingkat ketergantungan ekonomi pedagang. Pedagang kebutuhan pokok seperti sembako dan sayuran masih memiliki pembeli tetap, meskipun jumlahnya berkurang, karena konsumen tetap memerlukan produk tersebut. Sebaliknya, pedagang barang non-pokok, seperti pakaian dan perlengkapan rumah tangga, lebih terdampak karena konsumen dapat menunda pembelian atau beralih ke pasar lain yang lebih mudah dijangkau.

Kondisi ini diperkuat dengan faktor aksesibilitas pasar baru. Sebagian pembeli lama enggan

berpindah ke lokasi baru karena jarak yang lebih jauh dan kurangnya informasi tentang keberadaan pasar Joglo yang baru. Akibatnya, pedagang dengan tingkat ketergantungan tinggi pada pasar mengalami penurunan pendapatan signifikan. Penurunan ini kemudian memengaruhi kemampuan mereka dalam memenuhi kebutuhan dasar keluarga, termasuk biaya pendidikan anak, kesehatan, dan kebutuhan lainnya.

Penelitian juga menemukan adanya strategi adaptasi yang dilakukan pedagang dengan tingkat ketergantungan ekonomi tinggi. Beberapa pedagang mencoba mengurangi beban biaya operasional dengan memperkecil jumlah stok barang, sementara yang lain berusaha memanfaatkan media sosial dan jaringan pembeli tetap untuk memasarkan produk di luar pasar. Meskipun demikian, strategi ini belum sepenuhnya efektif karena keterbatasan modal, pengetahuan teknologi, dan daya beli masyarakat yang masih fluktuatif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat ketergantungan ekonomi pedagang Pasar Joglo terhadap aktivitas berdagang masih sangat kuat. Kebijakan relokasi pasar memengaruhi langsung pendapatan, pola konsumsi, dan kesejahteraan rumah tangga mereka. Untuk membantu pedagang beradaptasi, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan pengelola pasar, seperti promosi lokasi pasar, peningkatan fasilitas, dan pelatihan pemasaran digital. Upaya ini penting agar pedagang dapat mengurangi ketergantungan sepenuhnya pada aktivitas pasar fisik dan memiliki alternatif sumber pendapatan yang lebih beragam.

C. Fasilitas dan akses pasar baru

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemindahan Pasar Tradisional Joglo ke lokasi baru memberikan perubahan signifikan terhadap kondisi fasilitas dan aksesibilitas pasar. Pemerintah Kota Surakarta

membangun pasar baru permanen sebagai bagian dari kebijakan relokasi akibat proyek pembangunan Rel Layang Simpang Joglo. Pasar Joglo baru ini menempati area seluas $\pm 1.005 \text{ m}^2$ dan dibangun menggunakan dana APBD Kota Surakarta sebesar Rp5,7 miliar, dengan tujuan memberikan sarana perdagangan yang lebih layak, nyaman, dan tertata.

Dari sisi fasilitas, pasar baru memiliki kondisi yang jauh lebih baik dibandingkan lokasi sebelumnya. Bangunan pasar dirancang permanen dengan kios dan los yang tertata rapi, atap pelindung yang kokoh, serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti area parkir yang lebih luas, mushola, ruang ASI, dan saluran drainase. Penataan kios dilakukan dengan sistem zonasi jenis dagangan, sehingga produk dengan kategori berbeda ditempatkan di area khusus, misalnya daging, sayuran, sembako, dan jasa layanan rumah tangga. Penataan ini bertujuan menciptakan lingkungan pasar yang lebih higienis, aman, dan nyaman bagi pedagang serta pembeli.

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas fasilitas yang lebih baik belum sepenuhnya meningkatkan aktivitas perdagangan. Banyak pedagang masih mengeluhkan penurunan jumlah pembeli di pasar baru. Salah satu penyebab utamanya adalah faktor aksesibilitas. Lokasi pasar baru dinilai kurang strategis karena berada sedikit lebih jauh dari jalur keramaian utama dan pusat aktivitas masyarakat dibandingkan pasar lama. Akibatnya, sebagian pembeli lama memilih beralih ke pasar lain yang lebih mudah dijangkau.

Selain itu, minimnya informasi dan promosi mengenai keberadaan pasar baru juga menjadi kendala. Pemerintah dan pengelola pasar memang telah melakukan promosi melalui spanduk, media sosial, dan layanan digital seperti Google Maps, tetapi upaya ini belum cukup menjangkau seluruh masyarakat. Akibatnya, sebagian konsumen belum mengetahui lokasi pasar Joglo yang baru, yang berimbas pada rendahnya tingkat kunjungan pembeli.

Hasil penelitian juga menemukan bahwa

penempatan kios dan los di pasar baru turut memengaruhi pendapatan pedagang. Pedagang yang menempati kios di bagian depan atau jalur utama lebih mudah dijangkau pembeli, sehingga cenderung memiliki omzet lebih stabil. Sebaliknya, pedagang yang berada di bagian dalam pasar mengalami penurunan jumlah pelanggan karena kurang terlihat dan sulit diakses. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun fasilitas pasar lebih memadai, pengaturan zonasi dan tata ruang belum sepenuhnya efektif dalam mendukung pemerataan peluang ekonomi bagi seluruh pedagang.

Dari sisi fasilitas pendukung, seperti kebersihan, listrik, air, dan sanitasi, pasar baru memberikan kondisi yang jauh lebih baik dibandingkan lokasi lama. Namun, penelitian menemukan bahwa ketersediaan fasilitas yang memadai belum diimbangi dengan pemanfaatan maksimal oleh pedagang. Misalnya, masih ada pedagang yang belum memanfaatkan area parkir atau ruang khusus penyimpanan barang

secara optimal karena keterbatasan modal dan kurangnya sosialisasi tentang tata kelola fasilitas.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas pasar baru Joglo memberikan kenyamanan dan nilai tambah bagi pedagang dan pembeli, tetapi faktor aksesibilitas dan promosi yang kurang optimal menjadi kendala utama dalam mengembalikan tingkat keramaian pasar seperti sebelumnya. Agar keberadaan pasar baru lebih efektif, diperlukan strategi terpadu dari pemerintah, pengelola pasar, dan pedagang melalui:

- Peningkatan promosi pasar, baik melalui media digital maupun kegiatan sosialisasi langsung kepada masyarakat sekitar.
- Perbaikan akses jalan menuju pasar dan penyediaan penunjuk arah yang jelas.
- Evaluasi ulang penataan kios agar lebih proporsional dan mudah dijangkau pembeli.

Dengan adanya upaya tersebut, fasilitas dan akses pasar baru dapat memberikan dampak

positif yang lebih signifikan bagi keberlangsungan usaha pedagang dan aktivitas ekonomi masyarakat.

D. Sosialisasi dan pelibatan pedagang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pemindahan Pasar Tradisional Joglo akibat pembangunan Rel Layang Simpang Joglo belum sepenuhnya disertai dengan sosialisasi yang optimal dan pelibatan aktif para pedagang. Padahal, sosialisasi dan pelibatan pedagang menjadi faktor penting dalam keberhasilan implementasi kebijakan relokasi, karena pedagang adalah pihak yang paling terdampak secara langsung.

Berdasarkan temuan penelitian, proses sosialisasi pemindahan pasar dilakukan melalui pertemuan tatap muka, pengumuman dari pengelola pasar, serta edaran resmi dari Dinas Perdagangan Kota Surakarta. Sosialisasi bertujuan untuk memberikan informasi mengenai jadwal pemindahan, lokasi pasar sementara, penataan kios di pasar baru, serta fasilitas

yang disediakan pemerintah. Namun, pelaksanaannya belum dilakukan secara terstruktur dan menyeluruh, sehingga tidak semua pedagang menerima informasi dengan jelas dan lengkap.

Penelitian menemukan bahwa sebagian pedagang memahami alasan relokasi dan mengikuti arahan pemerintah dengan baik, tetapi sebagian lainnya merasa kurang mendapatkan informasi, khususnya terkait tahapan relokasi dan posisi kios di pasar baru. Akibatnya, muncul perbedaan persepsi di kalangan pedagang mengenai keuntungan dan kerugian dari pemindahan pasar.

Selain sosialisasi, aspek pelibatan pedagang juga menjadi perhatian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang tidak dilibatkan secara aktif dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan terkait penataan kios, penentuan zonasi, maupun strategi promosi pasar baru. Pedagang lebih banyak menerima keputusan yang telah dibuat oleh pemerintah dan pengelola pasar tanpa

banyak ruang untuk memberikan masukan. Kondisi ini memengaruhi tingkat kepuasan pedagang terhadap kebijakan relokasi dan berdampak pada proses adaptasi mereka setelah pasar berpindah.

Meskipun demikian, pemerintah dan pengelola pasar berupaya membangun komunikasi dengan para pedagang melalui forum pedagang dan rapat koordinasi. Upaya ini dilakukan agar pedagang dapat menyampaikan keluhan, masukan, dan saran terkait kondisi pasar baru. Akan tetapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa forum tersebut belum berjalan secara efektif karena masih terbatasnya partisipasi pedagang dan kurangnya tindak lanjut dari pihak pengelola pasar terhadap aspirasi yang disampaikan.

Minimnya pelibatan pedagang dalam proses perencanaan menyebabkan sebagian pedagang merasa kurang memiliki rasa kepemilikan (*sense of belonging*) terhadap pasar baru. Hal ini juga berdampak pada rendahnya antusiasme mereka dalam mendukung program-program

pengelola pasar, seperti promosi dan penataan zonasi dagangan. Padahal, pelibatan pedagang secara aktif dapat meningkatkan efektivitas kebijakan relokasi dan mempercepat pemulihan aktivitas ekonomi di pasar baru.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa sosialisasi dan pelibatan pedagang dalam kebijakan relokasi Pasar Joglo belum optimal. Sosialisasi dilakukan, tetapi belum merata dan belum sepenuhnya efektif dalam memberikan pemahaman yang komprehensif kepada seluruh pedagang. Sementara itu, pelibatan pedagang masih bersifat pasif, sehingga aspirasi mereka belum banyak terakomodasi dalam proses perencanaan maupun implementasi relokasi.

2. UNIT DAMPAK

Unit dampak merujuk pada pihak-pihak yang secara langsung merasakan konsekuensi dari kebijakan relokasi Pasar Tradisional Joglo akibat pembangunan Rel Layang Simping Joglo. Berdasarkan hasil

penelitian, pedagang Pasar Joglo menjadi kelompok utama yang terdampak karena aktivitas ekonomi mereka sangat bergantung pada keberadaan pasar. Dampak yang muncul tidak hanya berkaitan dengan perubahan pendapatan, tetapi juga mencakup pola perdagangan, interaksi sosial, dan strategi adaptasi usaha.

Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dampak relokasi tidak bersifat seragam. Pedagang dengan modal lebih besar, posisi kios yang strategis, dan jenis dagangan yang memiliki permintaan tinggi cenderung lebih mampu bertahan dibandingkan pedagang kecil dengan keterbatasan modal, kios yang kurang terlihat, atau menjual barang non-pokok.

Ketimpangan ini menunjukkan bahwa kebijakan relokasi belum sepenuhnya memberikan peluang yang sama bagi seluruh pedagang untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Selain aspek ekonomi, penelitian menemukan adanya perubahan perilaku perdagangan. Relokasi memaksa sebagian pedagang untuk menyesuaikan strategi pemasaran agar tetap dapat menjangkau konsumen. pedagang mulai memanfaatkan media sosial dan jejaring komunitas lokal untuk mempromosikan dagangannya. Fenomena ini menunjukkan adanya pola adaptasi baru di kalangan pedagang, di mana teknologi mulai berperan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha pasca-relokasi.

Di sisi lain, pasar baru memang memberikan fasilitas yang lebih memadai dibandingkan lokasi sebelumnya. Bangunan permanen, kios yang tertata, area parkir, drainase, dan fasilitas umum lainnya menjadi nilai tambah dari pasar Joglo yang baru. Namun, ketersediaan fasilitas yang baik tidak serta-merta meningkatkan aktivitas perdagangan. Faktor minimnya promosi pasar baru, dan kurangnya sosialisasi kepada masyarakat

menjadi penghambat utama kembalinya tingkat keramaian pembeli.

Temuan penelitian ini menunjukkan adanya kebaruan (novelty) dalam analisis unit dampak. Jika penelitian terdahulu cenderung hanya memfokuskan pada penurunan pendapatan pedagang akibat relokasi, penelitian ini mengungkap bahwa dampak yang terjadi lebih kompleks dan dinamis. Relokasi tidak hanya memengaruhi aspek ekonomi, tetapi juga mendorong lahirnya pola adaptasi baru, perubahan interaksi sosial, serta pemanfaatan teknologi digital oleh pedagang sebagai bagian dari strategi bertahan.

Berdasarkan uraian mengenai unit dampak di atas, dapat disimpulkan bahwa proses relokasi Pasar Joglo memberikan tantangan yang beragam bagi pedagang, baik dari sisi pendapatan, pola usaha, maupun strategi adaptasi. Untuk memahami lebih dalam bagaimana pedagang berupaya mempertahankan

keberlangsungan usahanya, pembahasan berikutnya akan menguraikan sub-indikator pertama, yaitu mengenai Evaluasi dari dampak pendapatan dan Perubahan jumlah pembeli atau konsumen serta Dampak kesejahteraan pedagang.

A. Evaluasi dari dampak pendapatan

Penelitian ini juga menemukan bahwa dampak relokasi terhadap pendapatan pedagang tidak dirasakan secara merata. Pedagang yang menjual barang-barang non-pokok, seperti pakaian dan perlengkapan rumah tangga, cenderung mengalami penurunan omzet lebih besar dibandingkan pedagang kebutuhan pokok seperti sembako dan sayuran, yang masih memiliki permintaan tinggi meskipun jumlah pembeli menurun. Selain itu, posisi kios di pasar baru juga memengaruhi tingkat

pendapatan pedagang. Pedagang yang menempati kios di bagian depan atau area strategis pasar cenderung lebih mudah mendapatkan pembeli dibandingkan mereka yang berada di bagian dalam pasar.

Kemampuan pedagang dalam beradaptasi dengan kondisi baru juga menjadi faktor penting yang memengaruhi pendapatan. Sebagian pedagang yang mampu memanfaatkan teknologi, seperti mempromosikan dagangannya melalui media sosial atau menawarkan produk secara online, menunjukkan hasil yang lebih baik dibandingkan pedagang yang masih mengandalkan pola penjualan konvensional.

Sementara itu, pedagang yang memiliki pelanggan tetap dan memanfaatkan jaringan distribusi di luar pasar juga lebih mampu menjaga

kestabilan pendapatan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan relokasi Pasar Joglo memberikan dampak penurunan pendapatan bagi sebagian besar pedagang, terutama pada tahap awal perpindahan.

Meskipun pasar baru memiliki fasilitas yang lebih baik, jumlah pembeli belum kembali seperti sebelumnya karena lokasi baru belum sepenuhnya dikenal masyarakat. Kondisi ini menegaskan bahwa upaya pemulihan pendapatan pedagang membutuhkan strategi adaptasi yang lebih efektif, baik dari sisi pedagang sendiri maupun dukungan dari pengelola pasar dan pemerintah. Optimalisasi promosi pasar, perbaikan aksesibilitas, serta pelatihan pemasaran bagi pedagang menjadi langkah penting agar

keberadaan pasar baru benar-benar dapat meningkatkan aktivitas ekonomi dan kesejahteraan para pedagang.

B. Perubahan jumlah pembeli atau konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemindahan Pasar Tradisional Joglo ke lokasi baru akibat pembangunan Rel Layang Simpang Joglo memberikan dampak signifikan terhadap jumlah pembeli atau konsumen yang datang ke pasar. Perubahan jumlah pengunjung ini sangat memengaruhi aktivitas perdagangan dan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan tingkat pendapatan.

Pada tahap awal relokasi, ketika pedagang dipindahkan sementara ke pasar darurat, terjadi penurunan jumlah pembeli yang cukup drastis. Kondisi ini

disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain lokasi pasar sementara yang kurang strategis, akses jalan yang sempit, serta minimnya informasi mengenai keberadaan pasar baru. Banyak pembeli lama memilih untuk beralih ke pasar lain yang lebih mudah dijangkau, sehingga aktivitas jual-beli di pasar darurat menjadi lesu. Penurunan jumlah pembeli pada masa ini berdampak langsung pada pendapatan pedagang yang semakin menurun.

Setelah menempati bangunan permanen Pasar Joglo baru, jumlah pengunjung memang mengalami sedikit peningkatan, tetapi secara keseluruhan masih belum kembali seperti kondisi sebelum relokasi. Pasar baru memang memiliki fasilitas yang lebih baik, kios yang tertata, serta area dagang yang lebih luas dan nyaman. Namun, penelitian

menunjukkan bahwa lokasi pasar baru belum sepenuhnya dikenal masyarakat luas. Sebagian pembeli lama masih enggan berpindah ke pasar baru karena merasa lebih familiar dengan pasar lama atau memilih pasar alternatif yang lebih dekat dengan tempat tinggal mereka.

Selain itu, penelitian juga menemukan adanya perbedaan tingkat kunjungan pembeli berdasarkan posisi kios dan jenis barang dagangan. Pedagang yang menempati kios di bagian depan atau dekat jalur utama pasar lebih mudah menarik pembeli, sementara pedagang yang berada di area dalam pasar cenderung mengalami penurunan jumlah pelanggan karena lokasi dagangannya kurang terlihat dan sulit diakses. Hal serupa juga terjadi pada pedagang dengan jenis dagangan berbeda. Pedagang kebutuhan pokok seperti

sembako, sayuran, dan daging masih memiliki pembeli tetap meskipun jumlahnya berkurang, sedangkan pedagang barang non-pokok seperti pakaian, aksesoris, dan perlengkapan rumah tangga lebih terdampak karena konsumen cenderung menunda pembelian barang-barang tersebut.

Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor persaingan dengan pasar lain di sekitar wilayah Joglo. Beberapa pembeli memilih berbelanja di pasar yang dianggap lebih strategis atau memiliki akses transportasi yang lebih mudah. Persaingan ini semakin memengaruhi jumlah pengunjung Pasar Joglo, terutama di masa awal operasional pasar baru. Meskipun demikian, seiring berjalannya waktu, sebagian pedagang mulai beradaptasi dengan melakukan promosi melalui

media sosial, memanfaatkan jaringan pelanggan lama, dan memberikan penawaran khusus untuk menarik kembali minat pembeli.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan jumlah pembeli di Pasar Joglo bersifat fluktuatif. Pada awal relokasi, jumlah pengunjung menurun drastis karena lokasi pasar darurat kurang strategis dan promosi belum optimal. Setelah menempati bangunan pasar baru, jumlah pengunjung mulai mengalami peningkatan, namun belum mencapai tingkat yang sama seperti sebelum relokasi. Kondisi ini menegaskan bahwa keberhasilan pasar baru dalam menarik konsumen sangat bergantung pada strategi promosi pasar, perbaikan aksesibilitas, serta upaya pedagang dalam beradaptasi terhadap perubahan

pola belanja masyarakat.

C. Dampak Kesejahteraan Pedagang

Proses relokasi pasar yang dilakukan beberapa kali menimbulkan ketidakstabilan pendapatan pedagang, yang secara langsung memengaruhi tingkat kesejahteraan mereka. Pada tahap awal perpindahan ke lokasi pasar darurat, penurunan jumlah pembeli menyebabkan banyak pedagang mengalami penurunan omzet yang signifikan. Kondisi ini berdampak pada menurunnya kemampuan pedagang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti makan, biaya pendidikan anak, dan perawatan kesehatan. Beberapa pedagang bahkan

harus mengurangi skala usaha atau mengandalkan pinjaman untuk mempertahankan aktivitas berdagang dan memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Setelah menempati bangunan permanen Pasar Joglo baru, kondisi kesejahteraan pedagang mulai menunjukkan sedikit perbaikan, namun belum kembali stabil seperti sebelum relokasi. Fasilitas pasar yang lebih memadai, seperti kios yang tertata rapi, area dagang yang lebih luas, dan kenyamanan berjualan memang memberikan nilai tambah bagi pedagang. Namun, jumlah pembeli yang belum sepenuhnya pulih membuat sebagian besar pedagang masih menghadapi kesulitan ekonomi.

Hasil penelitian juga menunjukkan

bahwa tingkat kesejahteraan pedagang berbeda-beda tergantung pada beberapa faktor utama, yaitu:

- Jenis barang dagangan: Pedagang kebutuhan pokok seperti sembako, sayuran, dan daging relatif lebih mampu mempertahankan kesejahteraan keluarga karena permintaan terhadap produk mereka cenderung stabil. Sebaliknya, pedagang barang non-pokok seperti pakaian, peralatan rumah tangga, dan aksesoris mengalami dampak lebih besar akibat turunnya daya beli konsumen.
- Lokasi kios: Pedagang yang menempati kios di bagian depan atau area strategis pasar baru lebih diuntungkan karena lebih mudah diakses pembeli, sehingga pendapatan mereka relatif lebih

stabil
dibandingkan
pedagang yang
berada di area
dalam pasar.

- Kemampuan adaptasi: Pedagang yang mampu memanfaatkan teknologi, melakukan promosi melalui media sosial, dan menjaga jaringan pelanggan lama cenderung lebih mudah mempertahankan pendapatan dan kesejahteraan keluarganya.

Selain faktor ekonomi, dampak relokasi juga memengaruhi kondisi psikologis dan sosial pedagang.

Penurunan pendapatan dan ketidakpastian usaha menimbulkan tekanan mental pada sebagian pedagang, terutama mereka yang sangat bergantung pada aktivitas berdagang sebagai sumber pendapatan utama.

Sebagian pedagang juga mengaku harus mengurangi pengeluaran rumah tangga dan menunda pemenuhan kebutuhan sekunder, termasuk pendidikan dan kesehatan, untuk menyesuaikan kondisi pendapatan pasca-relokasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kesejahteraan pedagang Pasar Joglo cenderung menurun pada tahap awal relokasi akibat penurunan jumlah pembeli dan pendapatan. Meskipun kondisi pasar baru lebih baik dari sisi fasilitas dan kenyamanan, pemulihan kesejahteraan pedagang masih berjalan lambat karena tingkat kunjungan konsumen belum sepenuhnya pulih. Untuk

meningkatkan kesejahteraan pedagang, diperlukan upaya bersama antara pemerintah, pengelola pasar, dan pedagang melalui optimalisasi promosi pasar, perbaikan aksesibilitas, peningkatan daya tarik pasar, serta pendampingan pedagang dalam strategi pemasaran modern. demikian, dapat disimpulkan bahwa kebijakan relokasi Pasar Joglo memberikan dampak yang kompleks terhadap kesejahteraan pedagang. Di satu sisi, fasilitas pasar yang lebih baik memberikan kenyamanan dan peluang pengembangan usaha, namun di sisi lain, tantangan terkait jumlah pembeli, pendapatan, dan kemampuan adaptasi pedagang masih menjadi faktor utama yang memengaruhi

tingkat kesejahteraan mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemindahan Pasar Tradisional Joglo pasca proyek Rel Layang Simpang Joglo memberikan dampak ganda terhadap pendapatan pedagang. Sebagian besar pedagang mengalami penurunan pendapatan akibat berkurangnya jumlah pembeli, kurang optimalnya promosi, dan lokasi pasar baru yang belum dikenal masyarakat. Namun, bagi sebagian pedagang lain, fasilitas pasar baru yang lebih tertata, akses yang lebih baik, dan peluang promosi digital memberikan kesempatan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan pendapatan.

Secara keseluruhan, kebijakan relokasi pasar belum sepenuhnya efektif

dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang.

Diperlukan upaya lanjutan berupa promosi yang lebih maksimal, perbaikan aksesibilitas, serta pendampingan usaha agar Pasar Joglo yang baru dapat berkembang dan berfungsi optimal sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat. Berikut kesimpulan dari masing-masing indikator penelitian:

1. Strategi Menjaga Usaha Pedagang dan Keberlangsungan Usaha
Pengelola pasar telah melakukan berbagai upaya, seperti penataan zonasi kios, peningkatan fasilitas, dan promosi pasar melalui media sosial serta spanduk. Namun, strategi ini belum sepenuhnya efektif karena masih banyak pedagang mengalami penurunan pembeli dan kesulitan mempertahankan omzet. Hanya pedagang yang

mampu beradaptasi dengan promosi digital, menjaga loyalitas pelanggan, dan memilih produk dagangan yang sesuai kebutuhan pasar yang berhasil mempertahankan keberlangsungan usahanya.

2. Ketergantungan

Ekonomi

Pedagang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang sangat bergantung pada aktivitas berdagang sebagai sumber pendapatan utama keluarga.

Pemindahan pasar membuat mereka menghadapi penurunan jumlah pembeli, yang secara langsung berdampak pada pendapatan dan kestabilan ekonomi rumah tangga. Bagi pedagang yang tidak memiliki pekerjaan alternatif, kebijakan relokasi menjadi tantangan besar terhadap kesejahteraan keluarga.

3. Fasilitas dan Akses Pasar Baru
Pasar Joglo yang

baru menawarkan fasilitas lebih baik dengan kios tertata rapi, area dagang yang bersih, dan sarana pendukung seperti mushola, parkir luas, dan ruang ASI. Namun, dari sisi aksesibilitas, pasar baru belum maksimal karena lokasinya belum dikenal luas dan minimnya sarana transportasi menuju lokasi. Fasilitas yang memadai berpotensi menarik pembeli di masa depan, tetapi harus didukung dengan perbaikan akses dan sosialisasi pasar.

4. Sosialisasi dan Pelibatan Pedagang

Proses sosialisasi relokasi dan pelibatan pedagang masih tergolong kurang optimal. Sebagian pedagang merasa informasi tentang lokasi, fasilitas, dan penataan kios belum jelas sejak awal, sehingga banyak yang kesulitan beradaptasi dengan kondisi pasar baru. Minimnya komunikasi antara pemerintah,

pengelola pasar, dan pedagang menjadi hambatan yang menyebabkan proses transisi berjalan lebih lambat.

5. Evaluasi Dampak terhadap Pendapatan

Kebijakan relokasi berdampak langsung pada pendapatan pedagang. Sebagian besar pedagang mengalami penurunan omzet karena jumlah pembeli menurun, lokasi pasar belum dikenal luas, dan promosi pasar masih terbatas. Namun, bagi pedagang yang proaktif melakukan strategi adaptasi seperti memanfaatkan media digital, promosi online, dan memaksimalkan jaringan pelanggan lama, pendapatan cenderung lebih stabil dan tidak terlalu terdampak.

6. Perubahan Jumlah Pembeli atau Konsumen Relokasi pasar menyebabkan penurunan jumlah pembeli pada tahap awal. Hal ini

dipengaruhi oleh lokasi pasar baru yang kurang strategis, minimnya promosi, dan kurangnya informasi kepada masyarakat.

Meskipun demikian, potensi peningkatan jumlah pembeli tetap ada, terutama jika pemerintah dan pengelola pasar mampu meningkatkan promosi dan memperbaiki aksesibilitas menuju pasar.

7. Dampak terhadap Kesejahteraan Pedagang Penurunan pendapatan akibat relokasi berdampak langsung pada kesejahteraan pedagang dan keluarga mereka. Sebagian pedagang kesulitan memenuhi kebutuhan pokok, biaya pendidikan, dan layanan kesehatan. Namun, pedagang yang berhasil beradaptasi melalui diversifikasi produk, promosi digital, dan menjaga basis pelanggan dapat mempertahankan

kondisi ekonomi keluarganya. Dengan dukungan pemerintah dan pengelola pasar, potensi peningkatan kesejahteraan pedagang masih terbuka.

DAFTAR PUSTAKA

Angkasawati, & Milasari, D.(2021).

Pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan minat pengunjung di pasar tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung. Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 14(1), 3.

Arifin Noor, “Ilmu Sosial Dasar “ (Bandung : CV Pustaka Setia, 1997), hlm.85.

Diyah ayu ariska. (2020). *analisis dampak relokasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang pasar mejayan baru kabupaten madiun (Skripsi). jurusan ekonomi syariah, fakultas ekonomi dan bisnis islam, institut agama islam negeri, ponorogo*

Eka R, Sri Suwitri, Ida Hayu D. (2015). *Evaluasi dampak perda kota semarang nomor 7 tahun 2010 tentang penataan*

ruang terbuka hijau (rth)
DI kota semarang (Studi
di Kecamatan Mijen Kota
Semarang). Jurusan
Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas
Diponegoro

Firdaus, M. (2019).
Penerapan etika bisnis
dalam melakukan
transaksi penjualan di
pasar tradisional kota
langsa menurut perspektif
etika bisnis islam. Al-
Muamalah Jurnal Hukum
&ekonomi Syariah,
IV(1), 5.

Ida Nuraini, Pengantar
Ekonomi Mikro, 7th ed.
(Malang: UMM Press,
2016). hlm 1. Jakarta: PT
Rineka Cipta, 1997), hlm.
138

Kasmir, S. E., & Pertama,
E. (2015).
Kewirausahaan: Edisi
Revisi. Bandung:
Rajagrafindo Persada.
Kodrat, David S.,
Christina, Wina.

Komang Gede Candra
Adi Putra dan Made
Henny Urmila Dewi,
“Analisis faktor-faktor
yang mempengaruhi
Pendapatan Pedagang di
Pasar Badung Kota
Denpasar : studi sebelum
dan sesudah di relokasi” ,
E-jurnal EP Unud, Vol.7
No. 6, h. 1141.

Maulana, A. S. (2020).
Kewirausahaan
(entrepreneurship) dalam
pandangan islam
(historis politik dan
ekonomi) (M. Nasrudin
(ed.); 1st ed.). PT. Nasya
Expanding Management.

Muhammad Aziz Hakim,
Menguasai Pasar
Menggeruk Keuntungan,
(Jakarta :Renaissance, 2015),
hlm.12-17.

Putri Bulqeis. (2023).
Analisis Dampak
Relokasi Pasar terhadap
pendataan pedagang
pasar baru di
Penyambungan (skripsi).
Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam, Universitas
Islam negeri syekh Ali
Hasan Ahmad Addary,
Padangsidempuan

Rahayu, A. E., &
Athoillah, M. A. (2022).
Peran pasar dalam
distribusi sumber daya
perspektif ekonomi
syariah. Jurnal
Iqtisaduna, 8(2), 4–5.

Rauza Alfany (2020).
analisis faktor-faktor
yang mempengaruhi
pendapatan pedagang
pasca relokasi (studi
kasus pasar induk kota
juang bireuen) (skripsi).
fakultas ekonomi dan
bisnis islam, universitas
islam negeri sumatera

utara, medan

Rina Ade Saputri, Hardi Warsono (2017). *evaluasi dampak sosial ekonomi dalam pengembangan wisata goa seplawan di kabupaten purworejo*. Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Sari, S. N. (2022a). *peran pasar desa dalam meningkatkan ekonomi masyarakat menurut perspektif ekonomi islam (Studi Pasar Tungkal Satu Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan)* (Issue 8.5.2017).

Smelser dan Swedberg, "Perspektif Dan Peran Sosiologi Ekonomi Dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat", Jurnal Litbang Pertanian, Vol 29, No 1, 2016

Subhan Purwadinata dan Ridolof Wena Batilmurik, Pengantar Ilmu Ekonomi, 1st ed. (Malang: Literasi Nusantara, 2020). hlm 3.

Syed, A. F., Muslim, A., Rizky, E., (2022).

Pengantar Teori Pembangunan. CV. Bintang Semesta Media.

Syukria, A. (2023). Potensi pasar tradisional dalam peningkatan ekonomi masyarakat. Jurnal Informatikan Ekonomi Bisnis, 5(2), 1

Tambunan, T. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. PT Penerbit IPB pers. *Tata letak (lay out) dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan posisi tawar pasar tradisiona*", Jurnal manajemen&bisnis, Vol 13B No.01 (April 2013) h. 18.

Wibawa, S., Purbokusumo, Y., & Pramusinto, A. (2004). *Evaluasi Kebijakan Publik*. Jakarta: Rajawali Pers. Citra Niaga Buku Perguruan Tinggi

Yovita, T. I. dan I. (2014). Analisis sumber modal pedagang pasar tradisional di kota pekanbaru. Jurnal Ekonomi, 22(1), 1–2.