

TUGAS AKHIR

DAMPAK SOSIAL EKONOMI TERHADAP PEDAGANG PASCA RELOKASI PASAR PELITA KE PASAR TERUBUK DI KECAMATAN BENGKALIS

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Pada Program
Studi Perencanaan Wilayah Dan Kota Fakultas Teknik Universitas Islam Riau*



BASTIAN MAULANA

NPM :123410126

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
TAHUN 2019**

**DAMPAK SOSIAL EKONOMI TERHADAP PEDAGANG PASCA
RELOKASI PASAR PELITA KE PASAR TERUBUK
KABUPATEN BENGKALIS**

Bastian Maulana
123410126

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak sosial ekonomi terhadap pedagang pasca relokasi Pasar pelita ke Pasar terubuk bagi para pedagang pasar, yaitu pada dampak ekonomi sosial.

Desain dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah dari Dinas Perdagangan dan Jasa Kabupaten Bengkalis, Bappeda Kabupaten dan Pedagang Pasar. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang didapat dari hasil wawancara dengan informan penelitian dan data sekunder yang berupa laporan dan dokumen-dokumen resmi. Instrumen penelitian ini adalah diri peneliti sendiri. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Guna menjamin validitas data, peneliti menggunakan teknik pengolahan data. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis deskriptif dan kualitatif, yaitu hasil pengamatan, hasil pembicaraan, dan bahan tertulis.

Hasil penelitian menunjukkan Alasan pemerintah melakukan perpindahan lokasi pasar dilihat pada alasan sosial, alasan ekonomi. Alasan sosial, perpindahan lokasi pasar membuat hubungan sosial antara pedagang dengan pedagang, pembeli tidak akrab lagi, hubungan sosial mereka terpecah karena pedagang dikelompokkan sesuai jenis dagangannya. Alasan ekonomi, perpindahan lokasi pasar membuat dari sebagian pedagang yang mengalami penurunan pendapatannya dan ada dari pedagang pendapatannya meningkat.

Kata Kunci : *Dampak, Sosial, Ekonomi, Relokasi Pasar*

THE IMPACT OF SOCIAL ECONOMIC ON POST TRADERS
THE PELITA MARKET RELOCATION TO THE MARKET IS TURNED
BENGKALIS DISTRICT

Bastian Maulana

123410126

ABSTRACT

This study aims to determine the socio-economic impact on traders after the relocation of the lamp market to Pasar Terubuk for market traders, namely on the social economic impact.

The design in this study is descriptive qualitative. The informants in this study were from the Bengkalis Regency Trade and Service Office, District Bappeda and Market Traders. Sources of data used in research are primary data obtained from the results of interviews with research informants and secondary data in the form of reports and official documents. The instrument of this research is the researchers themselves. Data collection techniques are carried out by interview, observation, and documentation techniques. Data analysis in this study uses descriptive and qualitative analysis models, namely the results of observations, the results of talks, and written material.

The results of the study show that the reason for the government to move the location of the market was seen on social reasons, economic reasons. Social reasons, market location shifts make social relations between traders and traders, buyers are not familiar anymore, their social relations are divided because traders are grouped according to the type of merchandise. Economic reasons, the shift in market location made it possible for some traders to experience a decline in income and from traders to increase their income.

Keywords: *Impact, Social, Economy, Market Relocation*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, segala puji syukur penulis kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta’ala atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Pedagang Pasca Relokasi Pasar Pelita Ke Pasar Terubuk” Tugas Akhir ini disusun untuk menyelesaikan Strata-1 di Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Islam Riau.

Pada kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan terima kasih dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, oleh karena itu perkenankan penulis untuk mengucapkan rasa terima kasih yang setulus tulusnya kepada yang terhormat :

1. Bapak **Prof. Dr. H.Syafrinaldi S.H M.C.I** selaku Rektor Universitas Islam Riau
2. Bapak **Ir. H. Abdul Kudus Zaini, MT** selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Islam Riau
3. Ibu **Puji Astuti, ST, MT** selaku Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Islam Riau. Dan selaku Pembimbing I yang telah mendorong, membimbing, serta memberikan arahan yang sangat bermanfaat kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Ibu **Febby Estriani ST, MT** selaku Pembimbing II yang telah membimbing, memberikan arahan dan dorongan yang berharga bagi penulis dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Kepada Staff Dosen Program studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Islam Riau

6. Ibunda **Maryani** yang sangat penulis cintai, sayangi dan hormati yang tak henti hentinya memberikan dukungan moril dan materil doa, nasihat dan motivasi hingga sampai pada detik ini penulis tetap kuat dan akan terus melangkah hingga menyelesaikan studi.
7. Teman seperjuangan, Ade Adha Safutra Br. Bentar, Diko Reziqo Hirming, Muhammad Nabawi, Ronal Triawan, Zulkifli yang telah memberikan motivasi dan membantu memberikan saran kepada penulis dalam membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semoga Tugas Akhir ini menjadi awal yang baik dalam melangkah bagi penulis dan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan kedepan dan dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Pekanbaru, February 2019

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Metode Penelitian.....	6
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.5.1 Ruang Lingkup Wilayah	6
1.5.2 Ruang Lingkup Materi	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.7. Kerangka Pikir	9
1.8. Sistematika Penulisan	10
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Definisi Pasar	12
2.2 Fungsi Pasar	14
2.3 Jenis Pasar Menurut Cara Transaksi	14
2.4 Pengertian Relokasi.....	17
2.5 Pengertian Pedagang	18
2.6 Teori Fasilitas.....	18
2.7 Persyaratan Kebutuhan Standart Perencanaan Pasar Tradisional	19

2.8	Dampak	22
2.9	Dampak Sosial Ekonomi.....	23
2.10	Dampak Sosial Relokasi Pasar	24
2.11	Terori Perubahan Sosial	25
	2.11.1 Defenisi Perubahan Sosial	25
	2.11.2 Bentuk-Bentuk Perubahan Sosial.....	27
2.12	Organisasi Sosial.....	28
2.13	Masalah Sosial	33
	2.13.1 Faktor Penyebab Permasalahan Sosial.....	34
2.14	Dampak Ekonomi Relokasi Pasar.....	35
2.15	Teori Lokasi	36
2.16	Retribusi Daerah.....	37
	2.16.1 Retribusi Jasa Usaha	37
2.17	Omset Penjualan.....	38
2.18	Teori Pemasaran.....	39
	2.18.1 Konsep Pemasaran	39
	2.18.2 Pemasaran Syariah	40
2.19	Konsep Strategi Pengembangan Pasar Tradisional.....	41
	2.19.1 Defenisi Strategi.....	41
	2.19.1 Defenisi Pengembangan Pasar Tradisional.....	42
	2.19.3 Dasar Hukum Pengembangan Pasar Tradisional	45
	2.19.4 Teori Strategi Pengembangan	47
2.20	Penelitian Terdahulu	48

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Pendekatan Meteologi.....	52
3.2	Lokasi Penelitian	53
3.3	Waktu Penelitian	53
3.4	Populasi Dan Sampel	53
	3.4.1 Populasi	53
	3.4.2 Sampel.....	54

3.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	54
3.6	Metode Analisis	56
3.7	Teknik Analisis SWOT	57
3.7.1	Analisis faktor-faktor strategis internal dan eksternal (IFAS-EFAS)	57
3.7.2	Langkah-langkah penyusunanTabel Ifas.....	58
3.7.3	Langkah-langkah penyusunanTabel Efas.....	60
3.7.4	Pembobotan (<i>scoring</i>) dan penilaian (<i>rating</i>).....	62
3.7.5	Analisis matriks SWOT.....	64
3.8	Sumber Data.....	65
3.9	Teknik Pengumpulan Data	66
3.10	Tahap Penelitian.....	69
3.10.1	Tahap Persiapan.....	69
3.10.2	Tahap Komplikasi Data.....	70
3.10.3	Bahan dan Alat Penelitian	70
3.11	Teknik Pengelolaan Data	71
3.12	Varibel Penelitian.....	72
 BAB IV GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN		
4.1	Gambaran Umum Kabupaten Bengkalis.....	75
4.1.1	Sejarah Pembentukan Kabupaten Bengkalis	76
4.1.2	Luas Wilayah.....	77
4.1.3	Kependudukan	80
4.1.4	Kondisi Topografi dan Klimatologi Kabupaten Bengkalis	82
4.1.5	Sarana dan Prasarana Perhubungan di Kabupaten Bengkalis	84
4.1.6	Perdagangan	86
4.2	Gambar Umum Kecamatan Bengkalis.....	87
4.2.1	Kondisi Geografis Kecamatan Bengkalis	87
4.2.2	Kependudukan.....	90

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1.	Teridentifikasinya Kondisi Fisik Bangunan Pasar Tradisional.....	93
5.1.1	Kondisi Pasar Terubuk.....	93
5.1.2	Kondisi Sarana dan Prasarana.....	94
5.1.3	Kebutuhan Ruang dan Jenis Dagangan Per-Kios.....	104
5.2.	Dampak Sosial Ekonomi Pasca Relokasi Pasar Pelita Ke Terubuk.....	109
5.2.1	Dampak Sosial	109
5.2.2	Dampak Ekonomi.....	120
5.2.3	Proses Relokasi Pasar Pelita Ke Terubuk.....	127
5.2.4	Temuan Dari Hasil Wawancara di Pasar Terubuk.....	129
5.3.	Tersusunnya Strategi Pengembangan di Pasar Terubuk.....	134
5.3.1	Faktor Internal.....	134
5.3.2	Faktor Eksternal.....	136
5.3.3	Matriks Posisi.....	138
5.3.4	Analisis Matriks SWOT Atau Pemaknaan Strategi.....	139

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1.	Kesimpulan.....	143
6.1.1	Kondisi Bangunan di Pasar Terubuk Sebagian Besar Mengalami Kerusakan Atau Tidak Terawat.....	143
6.1.2	Dampak Sosial relokasi Pasar pada Pedagang dari Pelita ke Terubuk	144
6.1.3	Terdapat tiga tersusunnya strategi pengembangan di Pasar Terubuk..	144
6.2.	Saran.....	144

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar adalah sebuah institusi, tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, suatu peristiwa yang berbentuk dan memiliki budaya yang khas yang melibatkan banyak orang dan tindakan serta hubungan sosial, yang membentang pada sejumlah tingkatan. Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi dan salah satu penggerak dinamika kehidupan ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh penjual dan pembeli (Damsar 2002)

Di Indonesia yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi adalah pasar tradisional. Ciri-ciri pasar tradisional mempunyai keunggulan daya saing secara alamiah. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, bukan hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat namun juga untuk masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan perdagangan, karena didalam kegiatan pasar tradisional terdapat banyak pihak yang memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul dan sebagainya. Mereka semua adalah pihak yang berperan penting dalam menjalankan keberlangsungan pasar tradisional di Indonesia. Berdasarkan data dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Tahun 2010, jumlah pasar tradisional di Indonesia mencapai 13.450 pasar dengan jumlah pedagang sekitar 12,6 juta jiwa. Dari data tersebut belum termasuk jumlah

untuk pemasok/suplayer, buruh gendong, tukang becak, dan petugas parkir yang tentunya juga banyak beraktivitas di pasar tradisional. Sungguh merupakan jumlah yang cukup besar sehingga tidaklah berlebihan ketika ada pernyataan bahwa pasar tradisional merupakan salah satu pilar perekonomian di Indonesia

Pasar tradisional mempunyai keunggulan yaitu transaksi yang mempertemukan pembeli dan penjual secara langsung, untuk melakukan transaksi. Sesuai dengan definisi pasar itu sendiri yaitu suatu tempat yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu lokasi untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Sedangkan pada pasar modern mempunyai konsep yang tidak mempertemukan antara penjual dan pembeli dalam satu tempat secara langsung, melainkan pembeli di melakukan transaksi atau pembelian barang dengan melihat harga yang telah tertera pada kemasan barang, dan transaksi terjadi di tempat pembayaran (kasir) sesuai dengan harga yang sudah tertera di kemasan barang. Sehingga tidak ditemukan penjual dan pembeli melakukan kontak jual beli secara langsung dan tidak akan terjadi proses tawar menawar dalam transaksi jual beli seperti pada pasar tradisional.

Keberadaan Pasar Tradisional di Indonesia kurang diperhatikan, seperti pada umumnya pasar tradisional memiliki tempat berdagang yang kondisinya kumuh, sampah berserakan sehingga di saat musim hujan menjadi kumuh dan tergenang dan menempati koridor jalan yang mengakibatkan ruang untuk pejalan kaki menjadi sempit. Muncul istilah “Gang Senggol” untuk jenis pasar seperti ini. Bentuk fisik nya yang berupa kios-kios kecil yang dibentuk seadanya, bahkan terkadang hanya dengan alas plastik atau karung untuk menggelar barang

dagangannya, hal ini mempengaruhi pemanfaatan ruang para pedagang sehingga sebagian pedagang tersebar di pinggir jalan agar dapat diakses dengan mudah oleh para konsumen. Hal ini juga dialami di Pasar Tradisional Pelita.

Pasar Tradisional Pelita merupakan salah satu dari berbagai sumber peningkatan perekonomian daerah Kabupaten Bengkalis, khususnya terhadap perekonomian masyarakat Kecamatan Bengkalis, dimana mayoritas masyarakat Kecamatan Bengkalis menggantungkan hidup sebagai pedagang tradisional. Selain itu, kondisi Pasar Tradisional Pelita ini dinilai menimbulkan banyak permasalahan dari aspek transportasi dan keindahan kota. Melihat kondisi eksisting yang demikian maka pemerintah Kabupaten Bengkalis membuat program untuk melakukan penataan ulang Pasar Tradisional Pelita. Dengan cara merelokasi pedagang pasar tradisional Pelita ke Terubuk, dimana lokasinya yang jauh lebih baik di Desa Kelapapati Laut. Dengan demikian pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis melakukan penataan terhadap keberadaan pasar tradisional Pelita yang berada di pusat Kota Bengkalis ke Pasar Terubuk dengan tujuan untuk melakukan penataan lokasi sehingga dapat memaksimalkan potensi pasar.

Pasar Terubuk mulai dibangun sejak tahun 2005, hanya saja pembangunan sempat terhenti, dan kemudian dilanjutkan kembali pada tahun anggaran 2008, 2009, dan 2010. Pembangunan Pasar Terubuk ini telah menyedot anggaran APBD (anggaran pendapatan belanja daerah) Bengkalis sekitar Rp.27 miliar lebih. Pasar Terubuk ini direncanakan diperuntukan kepada pedagang yang direlokasi dari Pasar Tradisional Pelita dan beberapa orang pedagang baru. Untuk lantai dasar dikhususkan bagi pedagang ikan, sayur mayur, sembako, dan lainnya.

Sedangkan lantai dua dikhususkan bagi pedagang sandal, aksesoris, kaset, dan lainnya.

Dengan memperhatikan pola konsumsi masyarakat yang berada di sekitar Kecamatan Bengkalis, program penataan ulang dan pembangunan akan berpengaruh terhadap pada pedagang. Selain itu, Pasar Tradisional Pelita nampaknya masih mempunyai pangsa pasar yang nampak cukup besar artinya masih banyak masyarakat yang bersikap ekonomis guna mendapatkan barang dengan harga murah, konsumen dominan yakni ibu rumah tangga dan remaja putri.

Melihat kondisi eksisting yang terjadi peneliti terdorong untuk melakukan penelitian guna memperoleh kejernihan kondisi tentang dampak sosial ekonomi yang dirasakan pedagang tradisional pelita pasca relokasi ke Pasar Terubuk. Adapun judul penelitian ini adalah “Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Pedagang Pasca Relokasi Pasar Tradisional ke Terubuk di Kecamatan Bengkalis”.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, adapun pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini diantara lain :

- A. Kondisi bangunan di Pasar Terubuk sebagian besar mengalami kerusakan atau tidak terawat.

Pada tanggal 02 Febuary 2012 diresmikan kini sudah mulai memberikan suasana yang kurang nyaman kepada masyarakat, meski 5 tahun beroperasi,

bangunan Pasar Terubuk mengalami kerusakan dinding yang cukup parah. Ini sangat membahayakan keselamatan pedagang dan konsumen

- B. Pemerintah Kabupaten Bengkalis melakukan relokasi pedagang pasar tradisional

Kondisi Pasar Tradisional Pelita ini dinilai menimbulkan banyak permasalahan dari aspek keindahan kota. Memiliki tempat berdagang yang kondisinya kumuh, dari kondisi yang demikian maka Pemerintah Kabupaten Bengkalis membuat kebijakan untuk melakukan penataan pasar dengan cara merelokasi pedagang Pasar Tradisional Pelita ke Pasar Terubuk

- C. Pasar Terubuk dinilai belum optimal

Pasar Terubuk memiliki 2 lantai untuk lantai dasar dikhususkan bagi pedagang ikan, sayur, sembako dan lainnya. Sedangkan lantai 2 dikhususkan bagi pedagang aksesoris, sandal dan lainnya, tapi sampai saat ini lantai 2 belum difungsikan. Hal ini yang dilakukan pemerintah daerah ternyata belum mampu membuat Pasar Terubuk berfungsi secara efektif.

1.3. Tujuan dan Sasaran Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah

Untuk mengetahui Dampak Sosial Ekonomi yang di rasakan Pedagang Pasca Relokasi Pasar Tradisional ke Pasar Terubuk

Tujuan penelitian ini dijabarkan dalam sasaran penelitian sebagai berikut :

- A. Teridentifikasinya kondisi fisik bangunan di Pasar Terubuk
B. Teridentifikasinya dampak sosial ekonomi pasca relokasi terhadap pedagang

C. Tersusunnya strategi pengembangan di pasar terubuk

1.4. Metode Penelitian

Adapun cara pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua tahapan yaitu :

A. Data primer

Merupakan pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung dilapangan. Data primer meliputi kegiatan : wawancara beberapa pedagang di pasar terubuk, observasi visual (keadaan kondisi eksiting), dan kuesioner (pedagang disekitar kawasan Pasar Terubuk).

B. Data sekunder

Merupakan pengumpulan data yang diperoleh dan didapatkan dari instansi terkait dengan penelitian ini seperti data dari : BPS (Badan Pusat Statistik), Kantor Kecamatan Bengkalis, Kantor Dinas Pasar, serta instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

1.5.1. Ruang Lingkup Wilayah

Wilayah penelitian ini adalah di Pasar Terubuk, Desa Kelapapati Laut, Kecamatan Bengkalis. Dapat di lihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 1.1

Peta lokasi penelitian

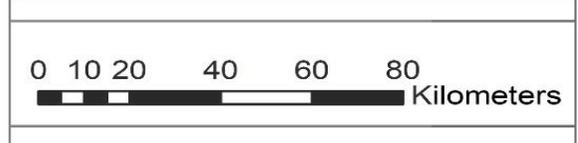


UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Peta Lokasi Penelitian

- Legenda**
-  Jalan Primer
 -  Jalan Kolektor
 -  Pasar Pelita (sebelum)
 -  Pasar Terbuk (sesudah)



Peneliti : Bastian Maulana
123410126

SUMBER PETA :
1. GOOGLE EARTH, 2018

1.5.2. Ruang Lingkup Materi

Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti dampak sosial ekonomi yang dirasakan pedagang pasca relokasi pasar tradisional Pelita ke pasar modern Terubuk.

- A. Teridentifikasinya kondisi fisik bangunan di Pasar Terubuk
- B. Teridentifikasinya dampak sosial ekonomi pasca relokasi terhadap pedagang
- C. Tersusunnya strategi pengembangan di Pasar Terubuk

1.6. Manfaat Penelitian

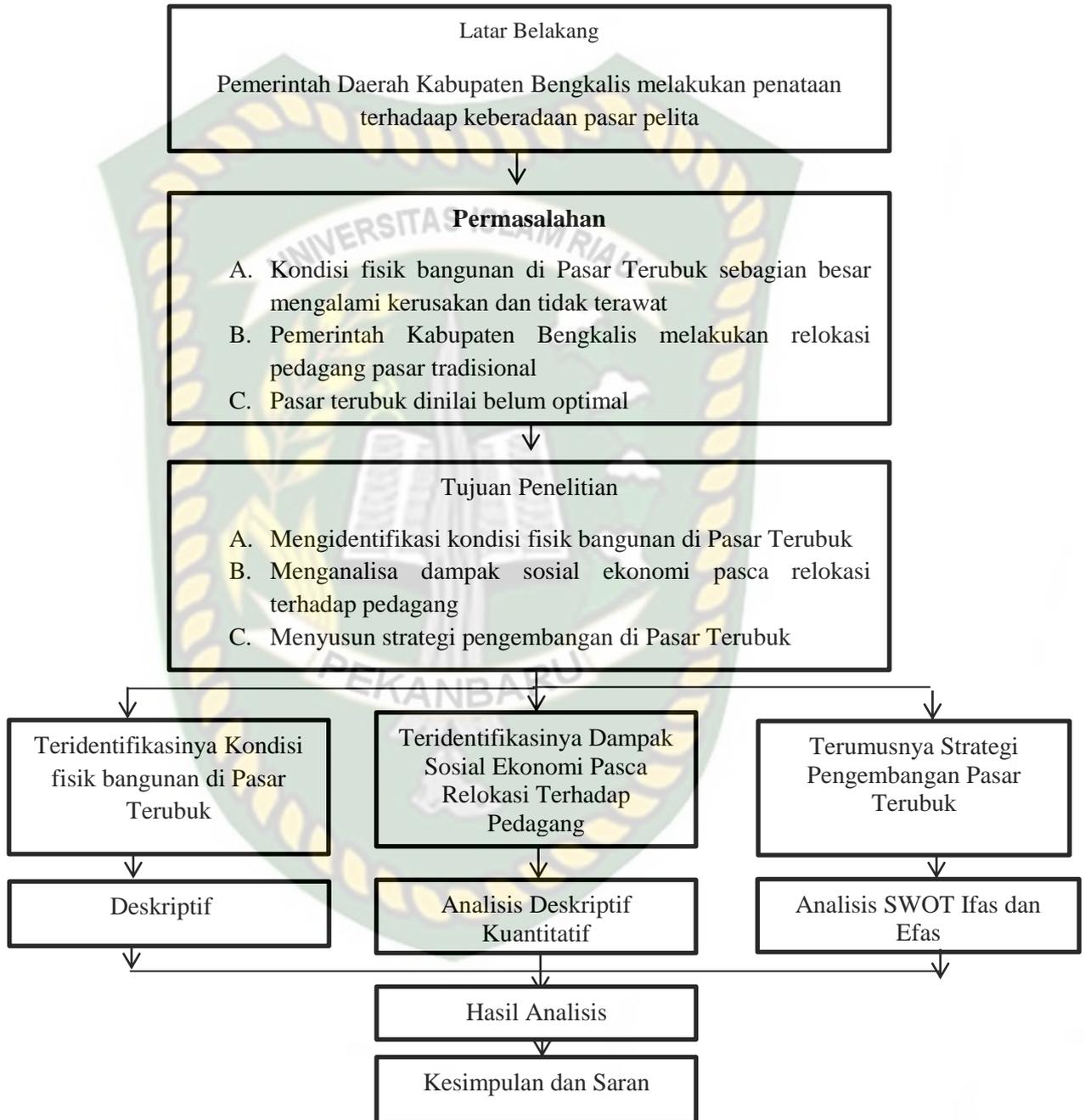
Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- A. Menambah pengetahuan terhadap dampak sosial ekonomi yang dirasakan pedagang pasca relokasi Pasar Tradisional Pelita ke Pasar Terubuk.
- B. Sebagai arahan serta masukan bagi semua pihak khususnya bagi pemerintah daerah Kabupaten Bengkalis.
- C. Sebagai referensi untuk peneliti yang akan datang.
- D. Sebagai ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

1.7. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar

1.1 berikut :



Gambar 1.2

Kerangka Pikir

1.8. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penyusunan tugas akhir ini dalam 6 Bab, diantaranya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian meliputi ruang lingkup kawasan dan ruang lingkup materi, manfaat penelitian, kerangka pemikiran serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai acuan dalam pembahasan tema yang dipilih yaitu defenisi pasar, arti penting pasar, fungsi pasar, dampak yang dirasakan pedagang terhadap relokasi pasar tradisional pelita ke terubuk, dampak sosial ekonomi pedagang.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan pendekatan metologi, jenis penilitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, bahan dan alat penelitian, teknik pengumpulan data, jenis data, populasi dan sampel, teknik analisis, variable penelitian dan desain survei.

BAB IV GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

Bab ini menyajikan deskriptif kuantitatif, kusioner, atau gambaran wilayah penelitian gambaran umum Kabupaten Bengkalis, gambar umum kecamatan bengkalis, dan profil pasar terubuk.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil pengelolaan kuesioner yang meliputi karakteristik responden menurut umur, jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan, lalu pengelolaan kusioner terkait tujuan penelitian yaitu dampak sosial ekonomi yang dirasakan pedagang pasca relokasi pasar tradisional Pelita ke pasar modern Terubuk.

BAB VI PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan dan beberapa rekomendasi atau saran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Defenisi Pasar

Menurut Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Seperti yang dinyatakan oleh Basu Swasta dalam Kholis, dkk (2002) bahwa pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Pengkategorian pasar tradisional dan pasar modern sebenarnya baru muncul belakangan ini ketika mulai bermunculnya pasar swalayan, supermarket, hypermarket dan sebagainya.

Menurut beberapa pendapat para ahli tentang pasar di atas dapat disimpulkan bahwa pasar dalam arti sempit adalah tempat permintaan dan penawaran bertemu, dalam hal ini lebih mengarah ke pasar tradisional. Namun dalam arti yang lebih luas adalah proses transaksi antara permintaan dan penawaran, dalam hal ini lebih besar ke arah pasar modern. Secara umum pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli.

Di pasar antara penjual dan pembeli akan melakukan transaksi. Transaksi menurut Skousen dan Stice (2007) adalah pertukaran barang dan jasa antara (baik individu, perusahaan-perusahaan dan organisasi lain) kejadian lain yang mempunyai pengaruh ekonomi atas bisnis. Syarat terjadinya transaksi adalah ada

barang yang diperjualbelikan, ada pedagang, ada pembeli, ada kesepakatan harga barang, dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

Pasar merupakan suatu daerah dimana pembeli dan penjual saling berhubungan satu sama lainnya, untuk melakukan pertukaran barang maupun jasa pada waktu-waktu tertentu (Amir, 2000). Perumusan pasar dan pengertian dalam bidang ekonomi terdiri atas lima komponen yaitu:

- 1) Adanya wilayah (*area place*).
- 2) Adanya pelaku (*subject*) penjual dan pembeli.
- 3) Adanya kegiatan untuk saling berhubungan antar subjek pasar.
- 4) Adanya objek (barang-barang dan jasa).
- 5) Faktor waktu.

Menurut J.F Deniau (Amir, 2000). pasar pada tingkat pertama adalah suatu tempat berjualan (*a place of sale*). Semenjak kemajuan-kemajuan yang dicapai oleh negara-negara anggota pasar bersama, Eropa khususnya dalam bidang ekonomi, maka timbul gagasan di sementara negara baik di Asia dan negara lain yang serupa untuk mendirikan persekutuan yang serupa dengan negara tetangga yang disebut dengan pasar regional bersama.

Pasar adalah salah satu faktor yang paling penting dalam institusi ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi yang menggerakkan kehidupan ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang. Oleh karena itu bagian ini membahas tentang pasar. Selain itu aspek yang tidak kalah menariknya untuk di diskusikan adalah aspek

ruang dan waktu dari pasar serta dari pasar serta aspek tawar-menawar yang terjadi di pasar (Damsar, 1997).

2.2 Fungsi Pasar

Fungsi utama pasar adalah sebagai tempat atau institusi untuk melakukan pelayanan bagi masyarakat. Dilihat dari segi dan bidang pasar terbagi menjadi beberapa macam sebagai berikut :

a. Segi ekonomi

Merupakan tempat transaksi antara penyedia barang dan pembeli barang yang merupakan komoditas untuk mewedahi demand dan suplai.

b. Segi sosial budaya

Merupakan kontrak sosial secara langsung yang menjadi tradisi suatu masyarakat yang meruoakan interaksi antara komunitas pada sektor informal dan formal.

c. Arsitektur

Memperlihatkan ciri khas daerah dengan menampilkan bentuk bangunan fisik dan artefak yang dimiliki.

2.3 Jenis Pasar Menurut Cara Transaksinya

Dilihat dari cara transaksi, jenis pasar dapat dibedakan menjadi 2 (dua tipe, yaitu sebagai berikut :

A. Pasar tradisional

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007, 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 toko, 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. Lebih lanjut menurut Perpres tersebut, pasar tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/kabupaten.

Pasar tradisional adalah pasar yang dijalankan dengan sistem yang lebih tradisional dan sederhana dibandingkan pasar modern, biasanya pasar tradisional tersebut berada di pinggiran perkotaan/jalan atau lingkungan perumahan. Sinaga (2004), menyatakan bahwa pasar tradisional di antaranya yaitu warung rumah tangga, pedagang kaki lima, warung kios dan sebagainya. Barang yang ditawarkan pada pasar tradisional hampir sama seperti barang-barang yang dijual di pasar modern dengan variasi jenis yang beragam. Saat ini pasar tradisional cenderung menyediakan barang-barang dari tempatan dan jarang menawarkan barang import. Pasar tradisional menyediakan barang yang hampir sama dengan pasar modern, maka kualitas

barang yang ditawarkan relatif sama terjaminnya dengan barang-barang yang ada di pasar modern.

Jika dilihat dari kuantitas barang yang di sediakan pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit hal ini di pengaruhi oleh modal dan permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak mempunyai harga jual yang konstan atau tertera pada barang, hal ini dikarenakan penyesuaian dengan keuntungan oleh penjual, atau pemilih usaha masing-masing. Selain itu, harga pasar tradisional selalu fluktuatif, sehingga bila menggunakan label harga akan menyulitkan penjual karena harus mengganti label harga sesuai dengan perubahan harga yang ada di pasar.

Jika diliha dari tipe, pasar tradisional mempunyai tipe yang sangat beragam jenisnya, dan dalam pertumbuhannya telah berlangsung lama. Masing-masing pasar memantapkan peran, fungsi serta bentuknya sendiri-sendiri. Pada umumnya sebagai pasar pengecer, di kota-kota pasar berkembang menjadi pasar pengumpul, sementara di kota-kota besar pasar berubah menjadi grosir. Ada juga yang mengkhususkan pada penjualan komoditi tertentu, seperti hewan ternak, buah dan sebagainya. Pelaksanaan kegiatan perdagangan pasar tradisional ini di bagi menjadi pasar harian dan periodik (pasar Legi, Kliwon, Pon, Wage, pasar Minggu, pasar Jum'at dan sebagainya) disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat karena ada komoditas yang tidak harus di sediakan setiap hari.

B. Pasar Modern

Pasar modern merupakan pasar yang dikelola dengan system yang baik, biasa berada di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Menurut Sinaga (2004) contoh pasar modern antara lain mall, departement store, shopping centre, supermarket, waralaba, swalayan, toko mini, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Toko yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari yang di jual secara ecerang biasanya berbentuk seperti Mini Swalayan/Minimarket yang luas lantai usahanya kurang dari 400 m². (Perda No.02/2009 Bab I mengenai Toko Modern).

Biasanya pasar modern menawarkan barang dengan variasi jenis yang beragam. Tidak hanya menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Pasar modern tentunya memnawarkan barang dengan kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui proses penyeleksian terlebih dahulu sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi tidak akan ditawarkan. Perbedaan dengan pasar tradisional, pasar modern mempunyai persediaan barang yang terukur dan tersimpan dengan rapi (gudang). Peyediaan barang di lengkapi dengan harga yang telah tercantum di barang yang di tawarkan.

2.4 Pengertian Relokasi

Pengertian Relokasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diterjemahkan adalah membangun kembali tempat yang baru, harta kekayaan, termasuk tanah produktif dan prasarana umum di lokasi atau lahan lain. Dalam relokasi adanya obyek dan subyek yang terkena pajak dalam perencanaan dan pembangunan lokasi.

Relokasi adalah penataan ulang dengan tempat yang baru atau pemindahan dari tempat lama ke tempat yang baru (Andreas Y.C dan Marinus W, 2006).

2.5 Pengertian Pedagang

Pedagang adalah orang-orang yang melakukan kegiatan-kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mata pencaharian mereka (Damsar 1997).

Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Dalam ekonomi pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan, yaitu:

- a. Pedagang distributor (tunggal) yaitu pedagang yang memegang hak distribusi atau produk dari perusahaan tertentu.
- b. Pedagang (partai) besar yaitu pedagang yang membeli suatu produk dalam jumlah besar yang dimaksudkan untuk dijual kepada pedagang lain.
- c. Pedagang eceran yaitu pedagang yang menjual produk langsung kepada konsumen (Damsar,1997).

2.6 Teori Fasilitas

Fasilitas adalah instrumen yang menunjang kemudahan konsumen dalam menggunakan jasa suatu perusahaan. Fasilitas merupakan sumberdaya fisik yang di sediakan sebelum suatu jasa di tawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 1997). Fasilitas adalah instrumen yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas,

kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Kepuasan konsumen menjadi titik berat dalam teori fasilitas tersebut, sehingga konsumen tidak akan mencari kebutuhannya di perusahaan lain. Jika penyediaan fasilitas yang buruk tentu akan menjadikan penurunan penjualan dan dengan otomatis akan menurunkan pendapatan perusahaan. Sedangkan menurut Kotler (2005) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Menurut Tjiptono (2006) pembentukan persepsi pelanggan berkaitan erat dengan desain dan tata letak fasilitas. Persepsi yang terbentuk, pada kualitas jasa di mata pelanggan, bergantung erat dengan penyediaan fasilitas pendukung.

2.7 Persyaratan, Kebutuhan/ Tuntutan, Standart Perencanaan dan Perancangan Pasar Tradisional

- A. Lokasi
 - a) Lokasi sesuai dengan rencana umum tata ruang setempat
 - b) Tidak terletak pada daerah rawan bencana alam seperti bantaran sungai, aliran lahar, rawan longsor, banjir, dan sebagainya.
 - c) Tidak terletak pada daerah awan kecelakaan atau daerah jalur pendaratan penerbangan termasuk sempadan jalan.
 - d) Tidak terletak pada daerah bekas tempat pembuangan akhir sampah atau bekas lokasi pertambangan.

e) Memiliki batas wilayah yang jelas antara pasar dan lingkungannya.

B. Area parkir

- a) Tersedianya pemisah yang jelas pada batas wilayah pasar
- b) Tersedianya parkir yang terpisah berdasarkan alat angkut seperti mobil, motor, sepeda, andong, dan becak
- c) Penyediaan area parkir khusus pengangkut hewan hidup dan hewan mati.
- d) Lokasi bongkar muat khusus yang terpisah dari tempat parkir dan pengujung.
- e) Tidak terjadi becek (genangan air)
- f) Terdapat tempat sampah dengan tipe yang berbeda.
- g) Tersedianya tanda masuk dan keluar kendaraan secara jelas.
- h) Tersedianya tanaman penghijauan.
- i) Tersedianya drainase air dipelataran parkir.

C. Kondisi Lantai

- a) Kondisi lantai terbuat dari bahan yang bisa menyerap air, permukaan yang tidak bergelombang, tidak licin, tidak terjadi keretakan dan mudah untuk dibersihkan..

- b) Kondi lantai yang intensita terkena air sering, harus di buat dengan kemiringan tertentu, sehingga tidak terjadi genangan dan dapat mengalir ke saluran pembuangan air.

D. Kondisi Sanitasi dan Air bersih

- a) Penyediaan air bersih dengan jumlah yang cukup untuk setiap pedangang, penyediaan air bersih harus dilakukan secara rutin, atau minimal 40 Liter setiap pedangang.
- b) Penyediaan tandon air besih, dan di lengkapi dengan penyalur air yang baik
- c) Lokasi air bersih berjarak minimal 10 meter dengan pembuangan air limbah

E. Kondisi Kamar mandi (*toilet*)

- a) Penyediaan kamar mandi yang terpisah atara laki-laki dan perempuan dan di lengkapi dengan simbol yang jelas. Proporsi strandar penyediaan kamar mandi yaitu sebgai berikut :

Tabel 2.1 jumlah Kamar Mandi Sesuai Jumlah Pedagang

No	Jumlah pedagang	Jumlah kamar mandi
1	26 s.d 50	1
2	51 s.d 100	2

3	101 s.d 200	3
---	-------------	---

Sumber : Keputusan Menteri Kesehatan (KMK) No.519 Tentang
Pedoman Penyelenggaraan Pasar Sehat (2008)

- b) Tempat cuci tangan dengan penyediaan sabun dan air yang mengalir.
 - c) Pengelolaan air limbah yang baik, dengan penyediaan septic tank, dan jarak lubang resapan minimal 10 m dari sumber air bersih
 - d) Tersedianya ventilasi dan pencahayaan minimal 100 lux.
- F. Drainase
- a) Selokan /drainase sekitar pasar tertutup dengan kisi-kisi yang terbuat dari logam sehingga mudah dibersihkan.
 - b) Tidak ada bangunan los/kios diatas saluran drainase
- G. Kios/los paasar
- a) Letak kios tidak menutupi arah angin
 - b) Peletakan kios sebagai pembatas jalan umum dan area pasar dapat dibuat dua muka.
- H. Tempat beribadah (musholla)
- a) Ditempatkan di salah satu sudut pasar yang strategis.
 - b) Tersedia tempat ibadah dan tempat wudhu dengan lokasi yang mudah dijangkau dengan sarana bersih.

2.8 Dampak

Pengertian dampak menurut KBBI adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi. (KBBI Online, 2016)

2.9 Dampak Sosial Ekonomi

Pengertian sosial ekonomi biasanya jarang dibahas secara bersamaan. Pengertian sosial dan pengertian ekonomi sering dibahas secara terpisah. Dalam ilmu sosial, pengertian sosial merujuk pada objek yaitu masyarakat. Sedangkan pada deperteman, sosial merujuk pada kegiatan yang ditunjukkan untuk mengatasi persoalan yang di hadapi oleh masyarakat dalam bidang kesejahteraan yang ruang lingkup pekerjaan terkait dengan kesejahteraan sosial. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kata sosial berarti segala sesuatu yang berkaitan dengan masyarakat. Sedangkan secara garis besar ekonomi dapat diartikan sebagai peraturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa sosial ekonomi merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan yang ada di masyarakat atau yang lebih umumnya terkait dengan kesejahteraan masyarakat (Zunaidi, 2013).

Penilaian dampak sosial ekonomi dapat di lihat dari sisi negatif dan positif.. Peningkatnya kelayakan dan kenyamanan usaha, terbukanya kesempatan kerja, perubahan status menjadi pedagang legal salah satu dampak positif.

Sementara dampak negatif dapat di lihat seperti menurunnya pendapatan, meningkatnya biaya operasional, melemahnya jaringan sosial, dan menurunnya kesempatan pedagang untuk ikut dalam kelompok-kelompok sosial non formal (Sinaga, 2004).

Menurut Weber tindakan ekonomi dapat dipandang sebagai tindakan sosial selama tindakan tersebut memperhatikan tingkah laku orang lain. Sebab secara umum, di kalangan pedagang pasar tradisional terdapat interaksi sosial, hubungan sosial dan jaringan yang dibangun untuk menopang usaha mereka (Heriyanto, 2012). Untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian lainnya, mengguankan teori weber sehingga dapat teridengtifikasi hubungan sosial antar pedagang, kelayakan dan kenyamanan usaha.

2.10 Dampak Sosial Relokasi Pasar

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “dampak” berarti pengaruh kuat yang mendatangkan akibat baik itu positif maupun negatif. Menurut (Wijaya , 2010) dampak adalah suatu peristiwa yang terjadi dengan sengaja maupun tidak.

Penataan ulang pasar tradisional dari Pasar Pelita menimbulkan dampak sosial yang positif bagi keberlangsungan kehidupan sosial pedagang di lokasi baru. Para pedagang tradisional merasakan banyak kemajuan berkat kegiatan relokasi yaang dilakukan. Penyediaan fasilitas yang baik membuat kenyamanan di lokasi pasar tradisional. Kondisi pasar Pelita yang di gunakan para pedagang sangat lah berbeda dengan kondisi pasar yang baru, pasar Pelita terlalu padat dan tidak tertata dengan rapi. Kondisi setelah dilakukan relokasi di Terubuk, membuat

kondisi pasar menjadi lebih baik yaitu tertata dengan rapi. Penyediaan los dan kios yang baik dan tertata rapi serta penyediaan fasilitas yang lebih lengkap sehingga tercipta kenyamanan bagi pedagang dan tentunya meningkatkan kemudahan dan kenyamanan para pembeli. Kenyamanan bagi pembeli tentunya akan meningkatkan pengujung dan meningkat omset pedagang yang berada di tempat relokasi yang baru.

2.11 Teori Interaksi Sosial

2.11.1 Defenisi interaksi sosial

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-orang perorangan dengan kelompok manusia. interaksi sosial adalah sebuah bentuk hubungan yang dibangun antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok dalam kehidupan bermasyarakat, dimana interaksi juga merupakan sebuah proses sosial yang secara sengaja dibentuk untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Soekanto, 2010).

Interaksi sosial terjadi karena adanya sebuah tindakan sosial yang dilakukan oleh pelakunya dan kemudian di dalamnya terjadi kontak sosial yaitu penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Pengaturan interaksi sosial diantara para anggota terjadi karena *commitment* mereka terhadap norma-norma sosial yang menghasilkan daya untuk mengatasi perbedaan-perbedaan

pendapat dan kepentingan diantara mereka, suatu hal yang memungkinkan mereka untuk membentuk keselarasan satu sama yang lain dalam sesuatu integritas sosial.

Interaksi sosial antara kelompok-kelompok manusia terjadi pula di dalam masyarakat. Interaksi tersebut lebih mencolok manakala terjadi perbenturan antara kepentingan perorangan dengan kepentingan kelompok. Misalnya di daerah yang kondisi geografisnya gersang, maka akan menuntut seseorang lebih bersuara kasar dan lantang, apabila ada sekelompok atau pendatang dengan maksud dan tujuan tertentu sangat dimungkinkan akan berbenturan apabila pendatang yang dimaksud berasal dari daerah yang subur. Perbedaan ini akan menimbulkan benturan, guna memperoleh suatu keseimbangan antara kedua belah pihak, maka terjadilah suatu adaptasi, dimana adaptasi ini terjadi saling pengaruh dan mempengaruhi (Soekanto,2010).

Menurut S.S Sargent, dalam Santoso (2009) interaksi sosial pada pokoknya memandang tingkah laku sosial yang selalu dalam kerangka kelompok seperti struktur dan fungsi dalam kelompok. Jadi tingkah laku sosial individu dipandang sebagai akibat adanya struktur kelompok, seperti tingkah laku pimpinan atau tingkah laku individu yang berfungsi sebagai anggota kelompok.

Menurut Bonner interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua atau lebih individu manusia ketika kelakuan individu yang satu mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya (Santosa, 2009).

2.11.2 Bentuk-Bentuk Interaksi Sosial

Bentuk-bentuk interaksi sosial dapat berupa kerjasama (*cooperation*), persaingan (*competition*), dan juga berbentuk pertikaian atau pertentangan (*conflict*). Menurut Gillin dan Gilin dalam Soekanto (2010) bentuk interaksi sosial dibagi menjadi dua yaitu dengan proses asosiatif dan di sosiatif , proses asosiatif terdiri dari berbagai jenis yang di antaranya:

a. Kerja sama

Kerja sama merupakan sebuah proses dimana terjadi suatu kesadaran adanya kepentingan yang sama di dalamnya yang kemudian melakukan sebuah tindakan guna memenuhi kebutuhannya.

b. Akomodasi

Akomodasi adalah sebuah bentuk usaha untuk mengurangi pertentangan antara orang perorang atau kelompok-kelompok di dalam masyarakat akibat perbedaan paham atau pandangan.

c. Asimilasi

Asimilasi merupakan suatu proses sosial dalam taraf kelanjutan yang di tandai dengan adanya usaha-usaha mengurangi perbedaan-perbedaan yang terdapat antara individu atau kelompok dan juga meliputi usaha-usaha untuk mempert inggi kesatuan tindakan, sikap, dan proses-proses mental dengan memperhatikan kepentingan-kepentingan dan tujuan bersama.

Proses disosiatif atau juga disebut dengan *oppositional processes* terdiri dari:

A. Persaingan (*competition*)

Persaingan dapat diartikan sebagai suatu proses sosial dimana individu atau kelompok yang bersaing mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang nantinya akan menjadi pusat perhatian umum dengan menarik perhatian atau mempertajam prasangka yang telah ada tanpa menggunakan kekerasan atau ancaman.

B. Kontravensi (*contravention*)

Kontravensi merupakan bentuk proses sosial yang berada antara persaingan dan pertentangan atau pertikaian, kontravensi merupakan sikap mental yang tersembunyi terhadap orang-orang lain atau terhadap unsur kebudayaan golongan tertentu.

C. Pertentangan (*conflict*)

Pertentangan atau pertikaian adalah suatu proses sosial dimana individu atau kelompok berusaha memenuhi kebutuhan atau tujuannya dengan jalan menentang pihak lawan dengan sebuah ancaman atau kekerasan (Soekanto, 2010).

2.12 Organisasi Sosial

Organisasi adalah institusi masyarakat yang dominan di dalam kehidupan manusia. Seseorang mungkin dilahirkan di rumah sakit, dididik di sekolah formal, mencari nafkah dengan bekerja di suatu perusahaan, mengadakan kegiatan sosial dengan aktif di organisasi kemasyarakatan, mengikuti perkumpulan yang menyalurkan hobi tertentu, mengikuti salah satu partai politik, dan pada saat meninggal kematiannya diatur oleh organisasi tertentu. Organisasi telah meliputi

hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Setiap hari seseorang hampir selalu berhubungan dengan berbagai organisasi dan sebagian besar waktunya dihabiskan dalam aktivitas organisasi. Hanya masyarakat primitif dan terasing saja yang tidak mempunyai organisasi (Ibrahim, 2003).

Menurut Stephen Robbins (dalam Sobirin, 2007) organisasi adalah unit sosial yang sengaja didirikan untuk jangka waktu yang relatif lama, beranggotakan dua orang atau lebih yang bekerja bersama-sama dan terkoordinasi, mempunyai pola kerja tertentu yang terstruktur, dan didirikan untuk mencapai tujuan bersama atau satu set tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Organisasi sosial dapat diartikan sebagai perkumpulan sosial yang dibentuk oleh masyarakat, baik yang berbadan hukum maupun yang tidak berbadan hukum, yang berfungsi sebagai sarana partisipasi masyarakat dalam pembangunan bangsa dan negara. Sebagai makhluk yang selalu hidup bersama-sama, manusia membentuk organisasi sosial untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang tidak dapat mereka capai sendiri. Organisasi sosial merupakan tata cara yg telah diciptakan untuk mengatur hubungan antar manusia dalam sebuah wadah yang disebut dengan Asosiasi. Asosiasi memiliki seperangkat aturan, tata tertib, anggota dan tujuan yang jelas, sehingga berwujud kongkrit.

Menurut Schein (dalam Ibrahim, 2003) bahwa di dalam organisasi ada koordinasi, tujuan bersama, pembagian kerja, dan integrasi. Koordinasi muncul dari adanya kenyataan bahwa setiap individu tidak akan dapat memenuhi kebutuhan dan harapannya seorang diri, setelah beberapa orang mengkoordinir usaha bersama maka mereka merasa lebih banyak berhasil daripada kalau mereka

melakukan sendiri-sendiri. Tentu saja organisasi sudah mendarah daging menjadi suatu wadah yang dapat menampung segala aspirasi dan tujuan kelompok masyarakat yang nantinya akan menimbulkan keharmonisan dalam bermasyarakat.

Alvin L. Bertrand (1980) mengemukakan pengertian organisasi sosial dalam arti luas adalah tingkah laku manusia yang berpola kompleks serta luas ruang lingkupnya di dalam setiap masyarakat. Organisasi sosial dalam arti khusus adalah tingkah laku dari para pelaku di dalam sub-sub unit masyarakat misalnya keluarga, bisnis dan sekolah. Selanjutnya Robin Williams (dalam Bertrand, 1980) mengemukakan bahwa organisasi sosial menunjuk pada tindakan manusia yang saling memperhitungkan dalam arti saling ketergantungan. selanjutnya menjelaskan bahwa pada saat individu melakukan interaksi berlangsung terus dalam jangka waktu tertentu, maka akan timbul pola-pola tingkah laku. JBAF Maijor Polak (1985) mengemukakan bahwa organisasi sosial dalam arti sebagai sebuah asosiasi adalah sekelompok manusia yang mempunyai tujuan tertentu, kepentingan tertentu, menyelenggarakan kegemaran tertentu atau minat-minat tertentu.

Masalah organisasi terletak pada keberadaan tujuan sebuah organisasi. Thompson (dalam Liliwari:1997), tujuan organisasi adalah suatu objek yang bersifat abstrak dari organisasi, dia merupakan cita-cita ideal yang harus dicapai oleh semua anggota organisasi. Tujuan organisasi merupakan pikiran yang mendominasi masa depan, dominasi itu yang mendorong anggota organisasi mengadakan koalisi. Tanpa adanya sebuah tujuan dalam pembentukan organisasi

maka tidak akan ada manfaat dari sebuah organisasi. Karena tujuan organisasi merupakan bentuk mutlak yang ada dalam struktur keorganisasian agar dapat berdiri tegak sesuai dengan keinginan para anggotanya.

Berdasarkan definisi organisasi sosial seperti yang telah disebutkan di atas, menurut Sobirin (2007) organisasi pada dasarnya mempunyai lima karakteristik utama yaitu sebagai berikut :

- A. Unit atau entitas sosial, meski bukan sebagai realitas fisik, bukan berarti bahwa organisasi tidak membutuhkan fasilitas fisik. Fasilitas fisik seperti gedung, peralatan kantor, maupun mesin-mesin masih tetap dibutuhkan (meski tidak harus dimiliki) karena dengan fasilitas fisik inilah sebuah organisasi bisa melakukan kegiatannya. Di samping itu dari fasilitas fisik ini pula orang luar mudah mengenali adanya entitas sosial.
- B. Beranggotakan minimal dua orang, siapapun yang mendirikan organisasi atau berapapun banyaknya, yang pasti manusia dianggap sebagai unsur utama dari organisasi. Sebab tanpa keterlibatan unsur manusia sebuah entitas sosial tidak bisa dikatakan sebagai organisasi. Dengan kata lain salah satu persyaratan agar sebuah entitas sosial disebut sebagai organisasi adalah harus beranggotakan dua orang atau lebih agar kedua orang tersebut bisa saling bekerja sama, melakukan pembagian kerja dan agar terdapat spesialisasi dalam pekerjaan.
- C. Berpola kerja yang terstruktur, untuk dikatakan sebagai organisasi sebuah unit sosial harus bernaggotakan minimal dua orang di mana

keduanya bekerja secara terkoordinasi dan mempunyai pola kerja yang terstruktur. Penjelasan ini menegaskan bahwa berkumpulnya dua orang atau lebih belum dikatakan sebuah organisasi manakala berkumpulnya dua orang atau lebih tersebut tidak terkoordinasi dan tidak mempunyai pola kerja yang terstruktur. Tanpa koordinasi dan pola kerja yang terstruktur, kumpulan dua orang atau lebih hanyalah sekedar kumpulan orang bukan organisasi.

- D. Mempunyai tujuan, organisasi didirikan bukan untuk siapa-siapa dan bukan tanpa tujuan. Organisasi didirikan karena manusia sebagai makhluk sosial, sukar mencapai tujuan individualnya jika segala sesuatu harus dikerjakan sendirian. Kalau dengan bekerja sendiri tujuan individual tersebut bisa tercapai tetapi akan lebih efisien dan efektif jika cara pencapaiannya dilakukan dengan bantuan orang lain melalui organisasi. Artinya tujuan didirikannya sebuah organisasi adalah agar sekelompok manusia yang bekerja dalam satu ikatan kerja lebih mudah mencapai tujuannya ketimbang mereka harus bekerja sendiri-sendiri.
- E. Mempunyai identitas diri, jika sekelompok manusia diorganisir untuk melakukan kegiatan maka jadilah sekelompok manusia tersebut entitas sosial yang berbeda dengan entitas sosial lainnya. Identitas diri sebuah organisasi secara formal misalnya bisa diketahui melalui akte pendirian organisasi tersebut yang menjelaskan siapa yang menjadi bagian dari organisasi dan siapa yang bukan, kegiatan apa yang

dilakukan, bagaimana organisasi tersebut diatur atau siapa yang mengaturnya. Di samping itu organisasi juga dapat diidentifikasi melalui variabel yang sifatnya informal dan sulit dipahami tetapi keberadaannya tidak diragukan. Variabel tersebut biasa disebut sebagai budaya.

Organisasi sosial disebut juga dengan lembaga kemasyarakatan, pranata sosial atau institusi sosial. Menurut Koentjaraningrat (dalam Ibrahim, 2003), lembaga kemasyarakatan (pranata sosial) adalah suatu sistem dan norma khusus yang menata suatu rangkaian tindakan berpola mantap guna memenuhi suatu keperluan khusus dari manusia dalam kehidupan masyarakat. Soerjono Soekanto (dalam Ibrahim, 2003) mendefinisikan lembaga kemasyarakatan sebagai himpunan dari norma-norma segala tindakan yang berkisar pada suatu kebutuhan pokok manusia di dalam kehidupan masyarakat.

2.13 Masalah Sosial

Merupakan sebuah gejala atau fenomena yang muncul dalam realitas kehidupan bermasyarakat. Dalam mengidentifikasi permasalahan sosial yang ada di masyarakat berbeda-beda antara tokoh satu dengan lainnya. Berikut beberapa definisi masalah sosial yang dikemukakan oleh para ahli, yaitu:

- A. Menurut Soerjono Soekanto, masalah sosial merupakan suatu ketidaksesuaian antara unsur-unsur kebudayaan atau masyarakat, yang membahayakan kehidupan kelompok sosial.

- B. Menurut Soetomo masalah sosial adalah sebagai suatu kondisi yang tidak diinginkan oleh sebagian besar warga masyarakat.
- C. Menurut Lesli, masalah sosial sebagai suatu kondisi yang mempunyai pengaruh terhadap kehidupan sebagian besar warga masyarakat sebagai sesuatu yang tidak diinginkan atau tidak disukai dan karena perlunya untuk diatasi atau diperbaiki.
- D. Menurut Martin S. Weinberg, masalah sosial adalah situasi yang dinyatakan sebagai sesuatu yang bertentangan dengan nilai-nilai oleh warga masyarakat yang cukup signifikan, dimana mereka sepakat dibutuhkannya suatu tindakan untuk mengubah situasi tersebut.

2.13.1 Faktor Penyebab Permasalahan Sosial

Pada dasarnya, permasalahan sosial merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan masalah sosial terwujud sebagai hasil dari kebudayaan manusia itu sendiri dan akibat dari hubungan dengan manusia lainnya. Suatu gejala dapat disebut sebagai permasalahan sosial dapat diukur melalui:

- A. Tidak adanya kesesuaian antara nilai sosial dengan tindakan sosial.
- B. Sumber dari permasalahan sosial merupakan akibat dari suatu gejala sosial di masyarakat.
- C. Adanya pihak yang menetapkan suatu gejala sosial tergantung dari karakteristik masyarakatnya
- D. Permasalahan sosial yang nyata (*manifest social problem*) dan masalah sosial tersembunyi (*latent social problem*)

- E. Perhatian masyarakat dan masalah sosial
- F. Sistem nilai dan perbaikan suatu permasalahan sosial.

2.14 Dampak Ekonomi Relokasi Pasar

Menurut Soemarwoto dalam Wijaya (2010) dampak adalah suatu akibat yang terjadi karena adanya suatu aktifitas. Suatu aktivitas akan menimbulkan dampak terhadap masyarakat sekitar. Dampak yang muncul dapat berupa dampak ekonomi. Dampak ekonomi dapat bersifat positif dan negatif.

Dampak sosial ekonomi dapat dilihat dari kaca mata positif dan negatif sehingga dapat lebih berimbang dalam memberikan penilaian. Yang bersifat positif yaitu meningkatnya kelayakan dan kenyamanan usaha, terbukanya kesempatan kerja, perubahan status PKL menjadi pedagang legal. Dampak negatif yaitu menurunnya pendapatan, meningkatnya biaya operasional, melemahnya jaringan sosial, dan menurunnya kesempatan pedagang untuk ikut dalam kelompok- kelompok sosial non formal (Suryantika Sinaga, 2004)

Menurut Widayatun (2011) bahwa peningkatan pendapatan masyarakat merupakan indikator untuk mengetahui keberhasilan ekonomi. Hal tersebut ditegaskan lagi oleh Ahmed dalam Basrowi dan Juariyah (2010), bahwa perbaikan penghasilan dan sebagian produktivitas adalah merupakan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Dari pengertian diatas, maka penulis mengartikan dampak ekonomi sebagai suatu akibat dari keadaan yang terjadi dimana hal tersebut bersifat ekonomi. Bersifat ekonomi yang penulis maksud adalah dari segi pendapatan.

Anas bin Malik menuturkan bahwa pada masa Rasulullah saw pernah terjadi harga-harga membubung tinggi. Para Sahabat lalu berkata kepada Rasul, “*Ya Rasulullah saw tetapkan harga demi kami.*” Rasulullah saw menjawab:

أَنَّ لِأَرْجُو وَإِنِّي الرَّزَّاقُ الْبَاسِطُ الْقَابِضُ الْمُسَعِّرُ هُوَ اللَّهُ إِنَّ
مَالٍ وَلَا دَمٍ فِي بِمَظْلَمَةٍ يَطْلُبُنِي أَحَدٌ وَلَيْسَ اللَّهُ أَقْبَى

Sesungguhnya Allahlah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta”. (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).

2.15 Teori Lokasi

August Losch (1939), menerbitkan sebuah buku dalam bahas Jerman. Bukunya diterjemahkan dalam bahasa Inggris pada tahun 1954 dengan judul *The Economics Of Location*. Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari pasar, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjualan (pasar) semakin mahal. Produsen harus memilih lokasi yang menghasilkan penjualan terbesar yang identik dengan penerimaan terbesar. Atas dasar pandangan di atas Losch cenderung menyarankan agar lokasi produksi berada di pasar.

2.16 Retribusi Daerah

Retribusi daerah merupakan pungutan selain pajak yang dipungut pemerintah daerah tergantung pada kemampuan dalam menyediakan jasa pelayanan kepada masyarakat (Purwanto, 2012). Salah satu pungutan retribusi pemerintah daerah yaitu retribusi pasar baik pasar tradisional maupun pasar moderen. Retribusi pasar tradisional adalah suatu pembayaran atas penyediaan fasilitas pasar tradisional/ sederhana yang berupa pelataran lokasi atau kios yang di berikan atau dikelola oleh pemerintah daerah untuk kepentingan serta dapat di nikmati masyarakat atau badan tertentu. Pasar tradisional merupakan tempat menilai tingkat perekonomian masyarakat, saat ini pasar tradisional menjadi wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang sebagian besar merupakan produk hasil pertanian tidak semua produk pertanian dapat dijual di toko-toko moderen sehingga keberadaan pasar tradisional sebagai sarana penjualan produk-produk hasil pertanian sangat dibutuhkan dan masih menjadi pilihan dalam transaksi barang dan jasa (Purwanto, 2012).

2.16.1 Retribusi jasa usaha

Jasa Usaha merupakan pelayanan yang disediakan oleh Pemerintah Daerah dengan menganut prinsip komersial yang meliputi:

- A. Pelayanan dengan menggunakan / memanfaatkan kekayaan Daerah yang belum dimanfaatkan secara optimal; dan / atau
- B. Pelayanan oleh Pemerintah Daerah sepanjang belum disediakan secara memadai oleh pihak swasta.

C. Jenis Retribusi Jasa Usaha :

- a) Retribusi Pemakaian Kekayaan Daerah;
- b) Retribusi Pasar Grosir dan / atau Pertokoan;
- c) Retribusi Tempat Pelelangan;
- d) Retribusi Terminal;
- e) Retribusi Tempat Khusus Parkir;
- f) Retribusi Tempat Penginapan / Pesanggrahan / Villa;
- g) Retribusi Rumah Potong Hewan;
- h) Retribusi Pelayanan Kepelabuhanan;
- i) Retribusi Tempat Rekreasi dan Olahraga;
- j) Retribusi Penyeberangan di Air; dan
- k) Retribusi Penjualan Produksi Usaha Daerah. (Undang-Undang No. 28, 2009).

2.17 Omset Penjualan

Omzet merupakan resapan dari bahasa belanda, yang memiliki arti jumlah total penjualan dari sebuah perusahaan (organisasi, hukum) dalam periode tertentu dan terdiri dari dua komponen, harga dan kuantitas dijual. Meningkatkan omzet penjualan adalah tantangan besar bagi para pelaku usaha karena sukses atau tidaknya suatu usaha sangat ditentukan oleh seberapa banyak produk yang laku di pasaran. Untuk itu, diperlukan strategi khusus dalam pencapaiannya.

Definisi omzet penjualan menurut kamus Bahasa Indonesia (2000), adalah jumlah hasil penjualan (dagangan), omzet penjualan total jumlah penjualan barang/jasa dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan operasi) selama periode

penjualan tertentu. Dari definisi di atas dapat dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan omzet penjualan adalah total jumlah barang dan jasa yang dihitung berdasarkan jumlah laba bersih dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan operasi) selama suatu masa jual.

2.18 Teori Pemasaran

2.18.1 Konsep Pemasaran

Kotler, (2007): menyatakan bahwa Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Definisi pemasaran ini bersandar pada konsep inti: kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands); produk (barang, jasa dan gagasan); nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan; pasar dan pemasaran serta pemasar.

2.18.2 Pemasaran Syariah

Berbisnis cara Nabi Muhammad, Nabi terakhir yang diturunkan untuk menyempurnakan ajaran-ajaran Tuhan yang diturunkan sebelumnya. Rasulullah adalah suri teladan umat-Nya. QS Al Ahzab ayat 21: "Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah".

Beliau memberikan contoh yang sangat baik dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau melakukan transaksi secara jujur, adil dan tidak pernah membuat pelanggan mengeluh, apalagi kecewa. Beliau selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan. Reputasinya sebagai pedagang yang benar dan jujur, telah tertanam dengan baik sejak muda. Beliau selalu memperlihatkan rasa tanggung jawab terhadap setiap transaksi yang dilakukan.

Sembilan Etika (akhlak) Pemasar yang menjadi prinsip-prinsip bagi Syariah pemasar dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, Kartajaya, (2006) yaitu:

- a) Memiliki kepribadian spiritual (taqwa).
- b) Berperilaku baik dan simpatik (shidq).
- c) Berlaku adil dalam bisnis (al-adl).
- d) Bersikap melayani dan rendah hati (khidmah).
- e) Menepati janji dan tidak curang.
- f) Jujur dan terpercaya (amanah).
- g) Tidak suka berburuk sangka (su'uzh-zhann).
- h) Tidak suka menjelek-jelekkkan (ghibah).
- i) Tidak melakukan sogok (riswah).

2.19 Konsep Strategi Pengembangan Pasar Tradisional

2.19.1 Definisi Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani, *stratos* yang artinya tentara dan *ago* yang artinya pemimpin. Makna strategi dalam dunia kemiliteran ialah ilmu untuk merencanakan dan mengarahkan operasi-operasi militer berskala besar dalam menggerakkan pasukan keposisi yang paling menguntungkan sebelum pertempuran sebenarnya dengan musuh dilakukan. Sedangkan arti dari strategi adalah berhubungan atau berkaitan dengan strategi.

Strategi adalah cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan berdasarkan analisa yang dilakukan terhadap faktor internal dan eksternal. Strategi berkaitan dengan tujuan akhir sedangkan taktik berkaitan dengan tujuan menengah. Pada organisasi bisnis atau perusahaan, strategi merupakan cara untuk mendapatkan keuntungan yang besar, sebaliknya dalam organisasi non bisnis atau organisasi non komersil strategi adalah cara untuk memuaskan anggotanya. Dalam organisasi di pemerintahan strategi merupakan cara untuk bisa memberi pelayanan yang maksimal kepada masyarakat sebagai pembayar pajak.

Strategi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk menuju pencapaian visi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan tertentu dalam perang maupun damai. Secara eksplisit, strategi adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas lain untuk menanggapi lingkungan dan membantu organisasi mencapai sasaran. Sedangkan Armstrong merumuskan strategi adalah mengenai penetapan tujuan (tujuan strategi) dan mengalokasikan/ menyesuaikan sumber daya dengan peluang (strategi berbasis

sumber daya) sehingga dapat mencapai kesesuaian yang efektif dan penerapan strategi tergantung pada kapabilitas strategi organisasi yang akan memasukkan kemampuan, tidak hanya untuk memformulasikan tujuan strategi tapi juga untuk mengembangkan dan menerapkan rencana strategi melalui proses manajemen strategi. Intinya, strategi adalah pilihan untuk melakukan aktivitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktivitas dengan cara berbeda dari pesaing.

2.19.2 Definisi Pengembangan Pasar Tradisional

Pengembangan organisasi merupakan bagian dari ilmu pengetahuan. Di masa depan, berbagai jenis organisasi hanya akan berkembang dan maju apabila cepat tanggap terhadap arus perubahan yang terjadi. Tuntutan mewujudkan perubahan dapat timbul dari dua sumber, yaitu dari dalam organisasi harus selalu peka terhadap aspirasi, keinginan, tuntutan dan kebutuhan berbagai kelompok itu dikenal dengan istilah pihak-pihak yang berkepentingan.

Pengembangan dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan.

Menurut French (2008), pengembangan organisasi adalah upaya yang berencana, meliputi keseluruhan organisasi, dan dikelola dari atas untuk meningkatkan efektivitas dan kesehatan organisasi melalui intervensi terencana terhadap proses yang terjadi dalam organisasi dengan memanfaatkan pengetahuan yang berasal dari ilmu perilaku.

National Training Laboratories Institute menyatakan, “Dengan memanfaatkan pengetahuan dan teknik yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku, pengembangan organisasi berupaya untuk mengintegrasikan kebutuhan individual untuk tumbuh dan berkembang bersama dengan tujuan dan sasaran organisasi agar dapat membuat organisasi lebih efektif.

Blake dan Mouton (2008) menjelaskan bahwa pengembangan organisasi merupakan pencapaian gagasan keunggulan perusahaan untuk memacu dan menyempurnakan sistem manajemen yang sehat yang dapat mengubah dorongan menjadi tindakan.

French (2008) menyatakan bahwa pengembangan organisasi berhubungan dengan usaha jangka panjang untuk meningkatkan kemampuan organisasi dalam memecahkan masalah dan kemampuannya untuk menanggulangi perubahan dalam lingkungan ekstern atau intern, atau “agen-agen pembaharu” seperti kadang-kadang mereka disebut orang.

Margulies dan Raia (2006) menekankan bahwa pengembangan organisasi adalah proses penilaian sendiri (*self assessment*) dan perubahan berencana berdasarkan sistem nilai (*value based*), yang mencakup strategi dan teknologi

spesifik, yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas suatu sistem organisasi secara keseluruhan.

Pendekatan pengembangan organisasi dapat pula dianggap sebagai rencana untuk memanfaatkan sumber-sumber daya yang memadai bagi revitalisasi organisasi. Dengan cara itu orang mengharapkan pertumbuhan dan pendapatan yang bersinambung, dan kemampuan organisasi untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan dan pendapatan yang bersinambung itu perlu berada di dalam pengawasannya sendiri. Upaya ini berhubungan dengan upaya untuk membebaskan diri dari ketergantungan dan meningkatkan kemampuan otonomi dalam pembuatan keputusan-keputusan.

Pasar dapat didefinisikan sebagai tempat di mana pembeli bertemu dengan penjual, barang-barang atau jasa-jasa ditawarkan untuk dijual, dan kemudian terjadi pemindahan hak milik. Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. 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 toko, 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.

Sebuah pasar adalah sebuah mekanisme yang melaluinya para pembeli dan para penjual berinteraksi untuk menentukan harga dan melakukan pertukaran barang dan jasa. Dalam suatu pengertian yang umum, pasar merupakan tempat di mana para pembeli dan para penjual berinteraksi menentukan harga dan mengadakan pertukaran barang dan jasa.

Mengkaji definisi-definisi di atas menyebabkan kita menarik sejumlah kata kunci yang menjadi inti dari definisi-definisi itu. Yang meliputi perubahan terencana terhadap pasar tradisional dari segi sistem nilai, peningkatan efektivitas pasar tradisional, dan intervensi pemerintah dari kebijakan revitalisasi sebagai bentuk dari pengembangan pasar tradisional.

2.19.3 Dasar Hukum Pengembangan Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53 tahun 2008 tentang Pedoman dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan toko Modern¹³ serta Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007, definisi pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya, sedangkan 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 toko, 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.

Syarat-syarat pasar tradisional menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007, tentang pembangunan, penataan dan pembinaan pasar tradisional, adalah:

- a) Aksesibilitas, yaitu kemungkinan pencapaian dari dan ke kawasan, dalam kenyataannya ini berwujud jalan dan transportasi atau pengaturan lalu lintas,
- b) Kompatibilitas, yaitu keserasian dan keterpaduan antara kawasan yang menjadi lingkungannya,
- c) Fleksibilitas, yaitu kemungkinan pertumbuhan fisik atau pemekaran kawasan pasar dikaitkan dengan kondisi fisik lingkungan dan keterpaduan prasarana dan
- d) Ekologis, yaitu keterpaduan antara tatanan kegiatan alam yang mewadahnya.

Dalam Peraturan Presiden tersebut juga dibahas tentang penataan pasar tradisional yang menjelaskan bahwa lokasi pendirian Pasar Tradisional wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/ Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk Peraturan Zonasinya. Dalam ketentuan Pasar Tradisional salah satunya adalah wajib menyediakan fasilitas yang menjamin Pasar Tradisional yang bersih, sehat (hygienis), aman. Dalam hal ini revitalisasi adalah salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah terhadap pasar tradisional dalam memenuhi ketentuan wajib di atas.

2.19.4 Teori Strategi Pengembangan

Menurut Tangkilisan (2005) dalam bukunya manajemen publik, strategi adalah upaya pengembangan keunggulan organisasi atau institusi dalam lingkungan eksternal yang kompetitif untuk pencapaian tujuan atau sasaran organisasi. Davida dan Philips, 2009 (dalam Ofori dan Atiogbe 2012), mengemukakan bahwa strategi sangat dibutuhkan untuk menyesuaikan organisasi dengan kondisi kompetitif dari lingkungan eksternal. Strategi suatu organisasi akan bermanfaat dan optimal apabila dikelola dengan baik, oleh karena itu diperlukan suatu perencanaan strategi.

Bryson (2004), mengemukakan bahwa Perencanaan strategis sebagai upaya disiplin untuk menghasilkan keputusan dan tindakan mendasar yang membentuk dan membimbing suatu organisasi (atau entitas lainnya), apa yang dilakukannya, dan mengapa melakukannya.

Menurut Bryson (2004), langkah – langkah perencanaan Strategis, yaitu:

- A. Memprakarsai dan meminta persetujuan terhadap suatu proses manajemen atau perencanaan strategi.
- B. Mengidentifikasi mandat institusi atau organisasi. Mandat merupakan suatu keharusan yang memiliki landasan hukum, yang secara formal harus dilaksanakan.
- C. Memperjelas misi dan nilai organisasi.
- D. Menilai lingkungan internal dan eksternal untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.
- E. Mengidentifikasi isu – isu strategis organisasi.
- F. Merumuskan strategi untuk mengolah atau menangani isu – isu yang ada.

G. Menciptakan suatu visi institusi atau organisasi yang efektif bagi masa depan.

2.20 Penelitian Terdahulu

Untuk memperkaya perspektif penelitian ini, maka selain dari kajian teori yang telah dijelaskan, dilakukan juga review terdahulu beberapa penelitian sebelumnya.



Tabel 2.2
Matrik Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul Nama Penelitian Dan Tahun Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori Yang Digunakan	Jenis & Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Scope Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Simpang Lima Dan Jalan Pahlawan Kota Semarang, Oleh Wahyu Heriyanto. 2012	Untuk mengetahui seberapa besar dampak sosial ekonomi dari <u>relokasi</u> pedagang kaki lima di kawasan simpang lima dan jalan pahlawan kota semarang	Menurut tarigan (2005:77) teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari dari sumber sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.	Penelitian analisis inferensi dan deskriptif persentase	dampak sosial dari relokasi pedagang kaki lima di kawasan simpang lima dan jalan pahlawan adalah berdampak positif pada segi sosial ekonomi dimana meningkatnya waktu berusaha dan hubungan sosial diantara pedagang, Kendala yang dihadapi pedagang kaki lima adalah dari sisi infrastruktur dan fasilitas setelah mengalami relokasi pemerintah sebagai pengeloladiharapkan mampu memperbaiki kawasan pejalan kaki yang rusak dan memperluas ruang parkir.	PKL di kawasan simpang lima dan Jalan Pahlawan Kota semarang	Penelitian penulis menggunakan penlitian kualitatif deskriptif, sedangkan penulis Aji wahyu menggunakan metode penelitian analisis inferensi dan deskriptif presentase
2	Kondisi Sosial Pedagang Kaki Lima Yang Beroperasi Di Jalan Prof.Dr.M. Yamin (Studi Di Kelurahan Akcaya Kecamatan Pontianak Selatan). Oleh : Ruth Nove Cahayani Z. 2012	Untuk mendiskripsikan atau mengungkap akan motivasi dan strategiPKL dalam pemenuhan sosial ekonomi yang beroprasi di jalan Prof. Dr. M. Yamin.	Menurut Draft (2002:307) strategi adalah rencan tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas untuk menanggapi lingkungan dan membantu mencapai sasara atau tujuan organisasi.	Penelitian deskriptif kualitatif	Motivasi yang dimiliki selama ini adalah untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari sebagian juga merasa punya keahlian membuat sesuatu sehingga berani untuk berjualan serta untuk mengalami peningkatan dari segi pendapatan	PKL Beroperasi di jalan Prof . Dr. M. Yamin kelurahan Akcaya Kecamatan Pontianak Selatan	Penelitian penulis berlokasi di kawasan jembatan layang kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo, sedangkan penelitian Ruth Nove berlokasi di jalan Prof.Dr. M. Yamin (Studi di Kelurahan Akcaya Pontianak Selatan)

3	Dampak Relokasi Pedagang Kaki Lima Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 3 Tahun 2008 Tentang Pengelolaan Pedagang Kaki Lima Terhadap Usaha Pedagang Kaki Lima di Surakarta. Oleh : Nur Fatnawati. 2013	Untuk mengetahui langkah pemerintah dalam penerapan Perda Nomor 3 Tahun 2008, cara relokasi PKL menurut Perda Nomor 3 Tahun 2008 dan dampak relokasi bagi PKL, masyarakat dan pemerintah	Menurut Friedlander dalam Suud (2006:8) kesejahteraan sosial merupakan sistem yang terorganisir dari pelayanan-pelayanan dan lembaga-lembaga sosial yang dimaksudkan untuk membantu individu dan kelompok agar mencapai taraf hidup yang memuaskan.	Pendekatan yudiris empiris	Penataan dan pengelolaan PKL yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta dilaksanakan beberapa langkah yaitu relokasi, Selter Knock Dwon, Tenda, Gerobak Dan Penertibian. Langkah awal yang ditempuh Pemerintah yaitu dengan melaksanakan relokasi. relokasi dilakukan apabila tidak tersedianya lahan untuk menampung PKL dengan jumlah banyak.	Pasar tradisional di Kota Yogyakarta, yaitu di PASTY yang berada di jalan Bantul No. 141 Yogyakarta.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, sedangkan penulis Nur Fatmawati menggunakan metode pendekatan yudiris empiris.
4	Dampak Relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL) Pasar Jongkok Ke MTC Giant Panam Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang. Oleh : Abdul Rahman. 2014.	1. Untuk mengetahui tanggapan PKL terhadap relokasi pasar ke MTC Giant. 2. Untuk mengetahui bagaimana dampak relokasi PKL pasar jongkok ke area MTC Giant	Menurut Merton dalam (Asmaran 1995:102), struktur sosial di definisikan sebagai hubungan sosial teratur dan mempengaruhi anggota masyarakat atau kelompok tertentu.	Pendekatan metode deskriptif kuantitatif.	81% PKL menyatakan bahwa sebagian besar yang melakukan relokasi ke area MTC Giant panam adalah pedagang PKL yang mulanya melakukan kegiatan jual beli di sepanjang jalan HR. Soerantas Panam. Relokasi pasar mendapatkan tanggapan yang baik dari pedagang PKL yang jualan di area MTC Giant panam, kegiatan yang dilakukan pedagang menjadi lebih tertib, dan aman sehingga tidak mengganggu tatanan kota.	Pasar Jongkok ke MTC Giant Panam Pekanbaru	Penelitian penulis menggunakan lokasi penelitian di kawasan jembatan layang Kecamatan buduran kabupaten sidoarjo, sedangkan penulis Abdul Rahman lokasi nya di pasar jongkok ke MTC Giant Panam Pekanbaru

5	Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pasar Satwa Kasus Pasar Satwa Dan Tanaman Hias Yogyakarta (Pasty). Oleh : Ayu Setyaningsih, Y. Sri Susilo. 2014	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak sosial ekonomirelokasi pasar terhadap pedagang PASTY. 2. Untuk mengetahui dan menganalisis pendapat pedagang pasar terhadap PASTY setelah pemindahan dari pasar Ngasem. 	Dampak sosial ekonomi dapat dilihat dari sisi positif meningkatnya kelayakan dan kenyamanan usaha, perubahan status menjadi pedagang legal. Dampak negatif yaitu menurunnya pendapatan, meningkatnya biaya operasional, melemahnya jaringan sosial, dan (Sinaga, 2004:134)	Pendekatan deskriptif kuantitatif	Berdasarkan hasil wawancara juga menyatakan bahwa 71% mengalami peningkatan pendapatan setelah di relokasi ke PASTY. Adanya kegiatan relokasi yang dilakukan oleh pemerintah daerah ini dapat membantu pengembangan usaha pedagang dalam rangka meningkatkan pendapatan.	Pasar tradisional di kota Yogyakarta, yaitu di PASTY yang berada di jalan Bantul No. 141 Yogyakarta.	Penelitian penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif, sedangkan penulis Ayu setyaning menggunakan metode kuantitatif.
---	--	--	--	-----------------------------------	--	--	--

Sumber : Penelitian Terdahulu, 2017

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Metodologi

Berdasarkan gambaran permasalahan yang diuraikan pada bagian sebelumnya maka peneliti merumuskan penelitian ini sebagai jenis penelitian kualitatif-kuantitatif sebagai upaya untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Penelitian kualitatif lebih memberikan penekanan pada upaya untuk menjawab makna yang ada di balik realitas dan terungkap lewat data yang terkumpul, (Moleong, 2002).

Menurut Wirartha (2005), metodologi berasal dari kata *metode* yang berarti cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dan *logos* yang berarti ilmu atau ilmu pengetahuan. Jadi metodologi memiliki arti cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut Burhan Bungin dalam Maisaroh (2013), metode penelitian adalah teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan dan mencatat data, baik data primer maupun data sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah yang kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atau data yang diinginkan. Metodologi penelitian merupakan elemen penting untuk menjaga reabilitas dan validitas hasil penelitian

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kabupaten Bengkalis khususnya di Pasar Terubuk Desa Kelapapati Laut. Alasan pemilihan tempat penelitian yaitu Pasar Terubuk merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di Bengkalis.

3.3 Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu 3 (bulan) bulan, terhitung dari selesainya proposal. Penelitian ini dilakukan di Pasar Terubuk Desa Kelapapati Laut Kecamatan Bengkalis, Kabupaten Bengkalis

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2007:72). Populasi penelitian adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2006:130). Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang pasar Terubuk Kecamatan Bengkalis yaitu sebanyak 380 pedagang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2006 : 56). Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006:117).

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sarwono (2006), Pengambilan sampel secara random sederhana (*Simple Random Sampling*). Cara pengambilan sampel dengan teknik ini ialah dengan memberikan suatu nomor yang berbeda kepada setiap anggota populasi, kemudian memilih sampel dengan menggunakan angka-angka random. Keuntungan menggunakan teknik ini ialah peneliti tidak membutuhkan pengetahuan tentang populasi sebelumnya bebas dari kesalahan-kesalahan klasifikasi yang kemungkinan dapat terjadi dan dengan mudah data dianalisis serta kesalahan-kesalahan dapat dihitung. Kelemahan dalam teknik ini ialah peneliti tidak dapat memanfaatkan pengetahuan yang dipunyainya tentang populasi dan tingkat kesalahan dalam penentuan ukuran sampel lebih besar.

Menurut Arikunto dalam Marsela (2016), penentuan pengambilan sampel adalah Apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-55% atau lebih, tergantung sedikit banyaknya dari :

- A. kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana.
- B. sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- C. Besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti untuk penelitian yang risikonya besar, tentu saja sampelnya lebih besar lebih baik.

Untuk menentukan beberapa minimal sampel yang dibutuhkan dapat dilakukan dengan menggunakan metode rumus Slovin (Husein, 2001 : 120) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerin atau di inginkan.

Penelitian ini menggunakan batasan-batasan kesalahan sebesar 5% atau e = 0,05

Berdasarkan rumus diatas, ukuran sampel yang dianggap sudah dapat mewakili populasi dengan menggunakan derajat kepercayaan 0,5%, dengan jumlah keseluruhan pedagang terubuk adalah 380 jiwa. Dengan N sebesar 380 dan e sebesar 5% maka jumlah sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{380}{1+380 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{380}{1+380 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{380}{1+380 (0,0025)}$$

$$n = \frac{380}{1+0,95}$$

$$n = \frac{380}{1,95}$$

= 194.87 Dibulatkan menjadi 195 sampel.

Jumlah minimal sampel yang diambil sebesar 194.87 yang di bulatkan menjadi 195 pedagang. Berdasarkan perhitungan dengan rumus slovin di atas jumlah sampel dalam penelitian ini kurang lebih 195 pedagang. Dalam hal ini sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel secara acak sederhana (*simple random sampling*) yaitu sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga tiap unit penelitian dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk di pilih sebagai sampel.

3.6 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak mengambil kesimpulan yang lebih luas.

A. Metode Deskriptif Kualitatif

Kualitatif adalah sebuah nilai yang dikandung oleh sesuatu/sebuah benda dimana penilaian yang dilakukan akan didasarkan pada mutu dan kualitas yang terkandung didalamnya. Metode penelitian kualitatif dapat diartikan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang

dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

3.7 Teknik Analisis SWOT

Tahapan analisis dalam SWOT adalah memanfaatkan semua data dan informasi dalam model-model kuantitatif perumusan strategi (Rangkuti, 2017). Analisis SWOT terlebih dahulu dilakukan pencermatan (*scanning*) yang pada hakekatnya merupakan pendataan dan pengidentifikasian sebagai pra analisis.

Model-model yang digunakan dalam analisis SWOT antara lain sebagai berikut:

- IFAS – EFAS (internal-eksternal strategic factor analysis summary)
- Matrik Analisis SWOT

Penggunaan beberapa analisis akan lebih baik sehingga menghasilkan rumusan strategi yang dapat menyelesaikan permasalahan dan strategi yang terbentuk sesuai dengan tujuan dan lingkungan yang dihadapinya.

3.7.1 Analisis Faktor-Faktor Strategis Internal dan Eksternal (IFAS-EFAS)

Analisis faktor strategi internal dan eksternal adalah pengolahan faktor-faktor strategis pada lingkungan internal dan eksternal dengan pemberian pembobotan dan rating pada setiap faktor strategis.

Faktor strategis adalah faktor dominan dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang memberikan pengaruh terhadap kondisi dan situasi yang ada dan memberikan keuntungan bila dilakukan tindakan positif, Rangkuti (2017).

Menganalisis lingkungan internal (IFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan. Masalah strategis yang ada akan dimonitor harus ditentukan karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi pariwisata dimasa yang akan datang. Menganalisis lingkungan eksternal (EFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi pariwisata dimasa yang akan datang.

Penggunaan metode-metode kuantitatif sangat dianjurkan untuk membuat peramalan (*Forecasting*) dan asumsi-asumsi secara internal. Adapun langkah-langkah penyusunan dapat dilihat pada sub bab berikut ini.

3.7.2 Langkah-Langkah Penyusunan Tabel IFAS

- a. Masukkan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada tabel IFAS kolom
1. Susun 5 sampai dengan 10 faktor dari kekuatan, kelemahan (Rangkuti, 2017)
- b. Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00. Faktor-faktor itu diberi bobot didasarkan pengaruh posisi strategis (Rangkuti, 2017)

- c. Berikan rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi kawasan bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) deiberi nilai dari 1 sampai dengan 4 dengan membandingkan terhadap rata-rata pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya jika kelemahan besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai kelemahan rendah / dibawah rata-rata pesaing-pesaingnya nilainya 4.
- d. Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai 1,0 (lemah).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi kawasan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana kawasan wisata bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Tabel 3.1 Model Analisis Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategis	Bobot	Nilai	Bobot x Nilai
--------------------------------	--------------	--------------	----------------------

Kekuatan: (faktor-faktor yang menjadi kekuatan)	(Professional Judgement)	(Professional Judgement)	(Jumlah perkalian bobot dengan nilai pada setiap faktor dari kekuatan)
Jumlah	(Jumlah bobot kekuatan)	(Jumlah nilai kekuatan)	(Jumlah bobot X nilai kekuatan)
Kelemahan: (faktor-faktor yang menjadi kelemahan)	(Professional Judgement)	(Professional Judgement)	(Jumlah perkalian bobot dengan nilai pada setiap faktor dari kelemahan)
Jumlah	(Jumlah bobot kekuatan)	(Jumlah nilai kekuatan)	(Jumlah bobot X nilai kelemahan)

Sumber : Rangkuti, 2017

3.7.3 Langkah-Langkah Penyusunan Tabel EFAS

- a. Masukkan faktor-faktor peluang dan ancaman pada Tabel EFAS, kolom 1. Susun 5 sampai dengan 10 faktor dari peluang dan ancaman. Rangkuti (2017).
- b. Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00. Rangkuti, (2017). Faktor-faktor itu diberi bobot didasarkan pada dapat memberikan dampak pada faktor strategis.
- c. Berikan rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh

faktor tersebut terhadap kondisi bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori peluang) diberi nilai dari 1 sampai dengan 4 dengan membandingkan dengan rata-rata pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya, jika ancaman besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai ancaman kecil/ di bawah rata-rata pesaing – pesaingnya nilainya 4.

- d. Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi kawasan pariwisata yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana kawasan pariwisata bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan kawasan pariwisata ini dengan objek wisata lainnya dalam kelompok wisata yang sama.

Tabel 3.2 Model Analisis Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Strategis	Bobot	Nilai	Skor
Peluang: (faktor-faktor yang menjadi peluang)	(Professional Judgement)	(Professional Judgement)	(Jumlah perkalian bobot dengan nilai pada setiap faktor)

			dari peluang)
Jumlah	(Jumlah bobot peluang)	(Jumlah nilai peluang)	(Jumlah bobot X nilai peluang)
Faktor-Faktor Strategis	Bobot	Nilai	Skor
Ancaman: (faktor-faktor yang menjadi ancaman)	(Professional Judgement)	(Professional Judgement)	(Jumlah perkalian bobot dengan nilai pada setiap faktor dari ancaman)
Jumlah	(Jumlah bobot ancaman)	(Jumlah nilai ancaman)	(Jumlah bobot X nilai ancaman)

Sumber : Rangkuti, 2017

3.7.4 Pembobotan (*scoring*) dan penilaian (*rating*)

Faktor-faktor strategis internal dan eksternal diberikan bobot dan nilai (*rating*) berdasarkan pertimbangan profesional (*Professional Judgment*). Pertimbangan profesional adalah pemberian pertimbangan berdasarkan keahliannya, kompeten dengan sesuatu yang dipertimbangkan (Drs. Robert Simbolon, MPA, 1999). Dalam melakukan pertimbangan profesional pada analisis faktor strategis internal-eksternal memiliki pembatasan sebagai berikut:

a. Pembobotan (*scoring*)

Pembobotan pada lingkungan internal tingkat kepentingannya didasarkan pada besarnya pengaruh faktor strategis terhadap posisi strategisnya, sedangkan

pada lingkungan eksternal didasarkan pada kemungkinan memberikan dampak terhadap faktor strategisnya, Rangkuti (2017).

Jumlah bobot pada masing-masing lingkungan internal dan eksternal harus berjumlah = 1 (satu):

Skor Total Internal a Total Bobot Kekuatan + Total Bobot Kelemahan = 1

Skor Total Eksternal a Total Bobot Peluang + Total Bobot Ancaman = 1

Sedangkan nilai bobot menurut Rangkuti (2017) berdasarkan ketentuan sebagai berikut :

“ Skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting)”.

Besarnya rata-rata nilai bobot bergantung pada jumlah faktor-faktor strategisnya (5-10 faktor stategis) yang dipakai.

b. Penilaian (*rating*)

Nilai rating berdasarkan besarnya pengaruh faktor strategis terhadap kondisi dirinya (Rangkuti, 2017) dengan ketentuan sebagai berikut :

- Skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah).

Sangat Kuat	Kuat	Rata-rata	Lemah
4	3	2	1

Variabel yang bersifat positif (variabel kekuatan atau peluang) diberi nilai 1 sampai dengan 4 dengan membandingkan dengan rata-rata pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya, jika kelemahan atau ancaman besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai ancaman kecil/ dibawah rata-rata pesaing-pesaingnya nilainya 4.

Tabel 3.3 Interval Rata-Rata Tanggapan Responden

Interval rata-rata	Kategori
4,20 – 5,00	Sangat Setuju
3,40 – 4,19	Setuju
2,60 – 3,39	Cukup Setuju
1,80 – 2,59	Tidak Setuju
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Hasil Analisis, 2019

Data yang diperoleh dari lapangan dikumpulkan atau ditabulasikan, diklasifikasikan, dan dianalisis menurut jenis dan sifatnya, kemudian diuraikan secara deskriptif, dan kuantitatif.

3.7.5 Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah matriks yang menginteraksikan faktor strategis internal dan eksternal. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman (eksternal) yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan (internal) yang dimiliki, Rangkuti (2017).

Hasil dari integrasi faktor strategis internal dengan eksternal menghasilkan alternatif-alternatif strategi. Matriks SWOT menggambarkan berbagai alternatif strategi yang dapat dilakukan didasarkan hasil analisis SWOT (Purnomo, Zulkieflimansyah, 1996) dalam Rangkuti (2017). Strategi SO adalah strategi yang digunakan dengan memanfaatkan/ pengoptimalan kekuatan yang dimilikinya untuk dimanfaatkan berbagai peluang yang ada. Sedangkan strategi WO adalah strategi yang digunakan seoptimal mungkin untuk meminimalisir kelemahan. Strategi ST adalah strategi yang digunakan dengan memanfaatkan/

mengoptimalkan kekuatan untuk mengurangi kelemahan dalam angka meminimalisir/ menghindari ancaman. Untuk lebih jelas lihat Tabel 3.4 Model Matriks Analisis SWOT berikut.

Tabel 3.4 Model Matriks Analisis SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan	Kelemahan
Peluang (O)	Strategi (SO) <i>(Strategi yang menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang)</i>	Strategi (WO) <i>(Strategi yang meminimalisir kelemahan dan memanfaatkan peluang)</i>
Ancaman (T)	Strategi (ST) <i>(Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman)</i>	Strategi (WO) <i>(Strategi yang meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman)</i>

Sumber : Rangkuti, 2017

3.8 Sumber Data

Menurut Moleong (2008: 157) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, sumber data yang utama adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah tambahan. Sementara dari sumber yang berbeda Arikunto (1998: 114) menyatakan bahwa sumber data adalah sesuatu subyek asal data yang di perlukan diperoleh. Berikut adalah sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini :

A. Data primer :

Data primer adalah suatu data yang didapat dari hasil wawancara yang dilakukan kepada para pedagang dan pengunjung Pasar Kabupaten

Bengkalis tentang dampak sosial ekonomi terhadap relokasi pasar Tradisional Pelita ke Terubuk.

B. Data Sekunder :

yaitu data yang diperoleh dari Dinas Pasar, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, BPS Kabupaten dan dari hasil penelitian-penelitian lain.

3.9 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara (interview), observasi lapangan (pengamatan), dan dokumentasi. Adapun beberapa metode tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

A. Wawancara (interview)

Menurut Moleong (2008: 186) menyatakan wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya dengan si penjawab atau informan dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara). Teknik ini dilakukan secara akrab dengan pertanyaan pertanyaan terbuka. Hal ini akan mampu menggali dan mengungkap kejujuran informan dalam memberikan informasinya. Wawancara terstruktur dengan para pedagang dan pengunjung Pasar Terubuk. Wawancara dengan para pedagang bertujuan untuk menganalisa kinerja berdagang dari pedagang pasar tradisional pada saat ini, Wawancara dengan pengunjung bertujuan untuk mengetahui faktor

apa saja yang membuat pengunjung tetap memilih Pasar Terubuk setelah relokasi. Wawancara terstruktur dilakukan secara langsung kepada para informan yaitu pedagang dan pengunjung Pasar Terubuk dengan format pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya.

Dalam mengambil data kepada pedagang dan pengunjung Pasar Terubuk, peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Seperti yang dinyatakan (Sugiono 2008: 140) bahwa pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis besar-garis besar permasalahan yang ditanyakan. Saat melakukan wawancara, peneliti lebih menfokuskan untuk mengambil garis-garis besar berdasarkan permasalahan yang ada pada pedagang dan pengunjung Pasar Teubuk, sehingga tidak terpaku kepada pedoman wawancara yang telah dibuat.

Dengan demikian krefitias peneliti saat melakukan proses wawancara sangat di butuhkan, sehingga peneliti harus benar-benar mempunyai dasar yang kuat melakukan wawancara tersebut. Kebebasan ini akan menggali kejujuran informan, terutama yang berhubungan dengan sikap, sehingga peneliti tidak merasa asing dan dicurigai. Oleh karena itu pelaksanaan wawancara dipilih waktu yang tepat, maksudnya informan di wawancarai yaitu pedagang dan pengunjung Pasar Terubuk berada pada waktu tenggang (tidak sibuk) dan dalam kondisi yang santai, sehingga keterangan yang diberikan adalah benar adanya.

B. Observasi Lapangan (pengamatan)

Observasi yang dilakukan peneliti pengambilan data adalah observasi secara langsung. Seperti apa yang dikemukakan oleh Nazir (1998: 212) dalam bukunya penelitian kualitatif menerangkan bahwa pengumpulan data observasi langsung atau pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lainnya untuk keperluan tersebut. Peneliti secara langsung mengamati sebagai proses sosial yang terjadi dengan pedagang dan pengunjung yang ada di Pasar Terubuk. Sebelumnya peneliti telah membuat cek list untuk dijadikan pedoman dalam observasinya yang disebut observasi semi terstruktur, meskipun sudah di buat cek list akan tetapi peneliti dapat mengembangkannya lagi sesuai dengan situasi dan kondisi di lapangan.

Saat melakukan penelitian, peneliti berada pada luar subjek penelitian, yang dilakukan peneliti hanya mengamati dan tidak ikut terlibat langsung terhadap aktivitas pada objek penelitian. Selama observasi ini peneliti mencoba memperkenalkan dirinya pada subyek penelitiannya yaitu pedagang dan pengunjung Pasar Terubuk, sebab posisi sebagai seorang peneliti merupakan orang luar di dalam lingkungan subjek penelitian, oleh karena itu pengalaman memperlihatkan bahwa sebaiknya peneliti memperkenalkan dirinya sebagai peneliti kepada kelompok objek. Hal tersebut sangat bermanfaat karena dengan memperkenalkan diri kepada pedagang dan pengunjung Pasar Terubuk akan memperoleh data sesuai yang diharapkan. Berkaitan dengan itu, maka aspek yang di teliti adalah dampak sosial

ekonomi pada Pasar Tradisional khususnya Pasar Terubuk terhadap setelah Relokasi Pasar Tradisional Pelita ke Terubuk.

C. Dokumentasi

Teknik pengambilan data dengan menggunakan dokumen sebagai dasar dengan cara melihat, mencatat dan mengabadikan dalam gambar untuk memperoleh data dan gambaran objek yang akan diteliti itu adalah proses teknik dokumentasi. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiono, 2008: 82). Adapun sumber yang digunakan dalam penulisan adalah data-data dari Unit Pelayanan Terpadu (UPT) Pasar Terubuk, serta mengambil foto kondisi fisik Pasar Terubuk.

3.10. Tahap Penelitian

Tahap penelitian yang dilakukan meliputi berbagai tahap-tahap yang dapat mendukung dan memudahkan penelitian ini, sehingga tahap-tahap yang dilakukan berjalan sesuai tahapan-tahapannya, adapun tahap penelitian adalah sebagai berikut :

3.10.1 Tahap Persiapan

Langkah-langkah yang akan dilakukan pada tahap persiapan dalam tugas akhir ini adalah :

- A. Menentukan lokasi yang akan ditetapkan sebagai lokasi penelitian. Dalam hal ini wilayah penelitian ini adalah Pasar Terubuk Kecamatan Bengkalis.
- B. Mengurus perizinan untuk keperluan penelitian dan survei data berupa izin riset dari BP2T (Badan Pelayanan Perizinan Terpadu) Provinsi Riau, dan

diteruskan ke Kesbangpol Kabupaten Bengkalis untuk kemudian surat diperbanyak dan disebar ke instansi dan dinas terkait.

- C. Menentukan kebutuhan data sekunder dan literatur-literatur yang berkaitan dengan data-data yang diperlukan dalam penelitian seperti Bengkalis dalam angka, RTRW Kabupaten Bengkalis, dan lainnya.
- D. Menentukan data primer yakni melihat kebutuhan apa saja yang dilakukan dalam kuisisioner atau wawancara.
- E. Observasi yakni dilakukan *cross check* antara data sekunder dan observasi lapangan.

3.10.2 Tahap Kompilasi Data

Tahap kompilasi data ini dilakukan untuk mengelompokkan data-data yang telah dikumpulkan berdasarkan karakteristik data tersebut. Data yang telah dikelompokkan tersebut akan menjadi bahan atau input bagi analisis-analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini dan ditampilkan dalam bentuk :

- A. Peta, untuk memperjelas kondisi geografis lokasi penelitian.
- B. Deskripsi hasil wawancara dan kuisisioner, yaitu ulasan hasil wawancara dan kuisisioner yang telah diperoleh melalui narasumber dan responden.
- C. Dokumentasi, merupakan salah satu hasil observasi langsung ke lokasi penelitian berupa foto selama kegiatan penelitian.

3.10.3 Bahan dan Alat Penelitian

Bahan dan alat yang digunakan dalam penelitian ini pada proses pengambilan data antara lain :

- A. Kamera digunakan untuk mendokumentasikan data dari hasil pengamatan.
- B. Alat tulis (pena, pensil, buku dan sebagainya) digunakan untuk mencatat dan menulis data hasil dari pengamatan di lapangan.
- C. Komputer/Laptop digunakan untuk mengolah data yang diperlukan

3.10. Teknik Pengolahan Data

Pada Jenis penelitian kualitatif ini, pengolahan data tidak harus dilakukan setelah data terkumpul atau pengolahan data selesai. Dalam hal ini, data sementara yang terkumpulkan, data yang sudah ada dapat diolah dan dilakukan analisis data secara bersamaan.

Pada saat analisis data, dapat kembali lagi ke lapangan untuk mencari tambahan data yang dianggap perlu dan mengolahnya kembali. Suyanto dan Sutinah (2006: 173), mengatakan pengolahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara mengklasifikasikan atau mengkategorikan data berdasarkan beberapa tema sesuai fokus penelitiannya.

Data kualitatif dapat dipilah menjadi tiga jenis (patton, 1990) :

- A. Hasil pengamatan : uraian, rincian tentang situasi, kejadian, interaksi, dan tingkah laku yang diamati di lapangan.

- B. Hasil pembicaraan : kutipan langsung dari pernyataan orang-orang tentang pengalaman, sikap, keyakinan, dan pemikiran mereka dalam kesempatan wawancara mendalam
- C. Bahan tertulis : petikan atau keseluruhan dokumen, surat-menyurat, rekaman, dan kasus sejarah.

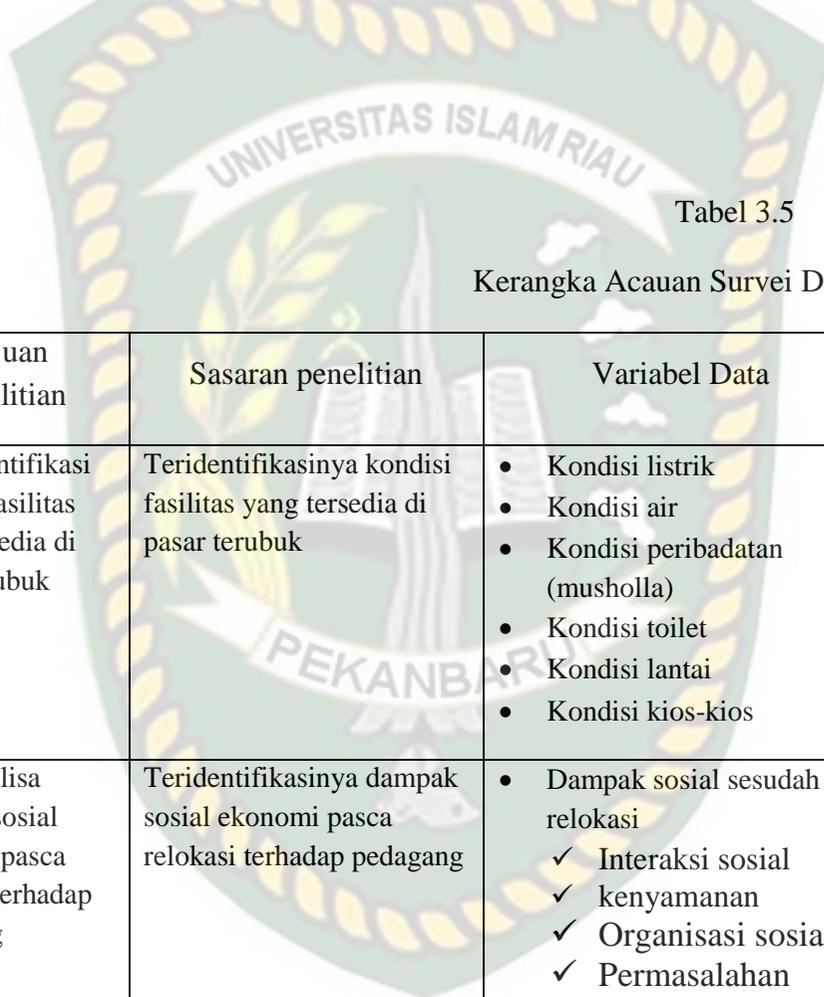
3.11 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2010). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut :



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



Tabel 3.5

Kerangka Acuan Survei Data Penelitian

No	Tujuan Penelitian	Sasaran penelitian	Variabel Data	Jenis Data	Sumber Data	Teknik Analisa
1.	Mengidentifikasi kondisi fasilitas yang tersedia di pasar terubuk	Teridentifikasinya kondisi fasilitas yang tersedia di pasar terubuk	<ul style="list-style-type: none"> • Kondisi listrik • Kondisi air • Kondisi peribadatan (musholla) • Kondisi toilet • Kondisi lantai • Kondisi kios-kios 	Data primer, observasi, survei lapangan	<ul style="list-style-type: none"> • Dinas perdagangan dan perindustrian kabupaten bengkalis • Observasi lapangan 	Deskriptif
2.	Menganalisa dampak sosial ekonomi pasca relokasi terhadap pedagang	Teridentifikasinya dampak sosial ekonomi pasca relokasi terhadap pedagang	<ul style="list-style-type: none"> • Dampak sosial sesudah di relokasi <ul style="list-style-type: none"> ✓ Interaksi sosial ✓ kenyamanan ✓ Organisasi sosial ✓ Permasalahan sosial • Dampak ekonomi sesudah di relokasi <ul style="list-style-type: none"> ✓ Retribusi Daerah ✓ Omset Penjualan ✓ Konsep Pemasaran 	Data primer dengan wawancara/kuesioner, survei dilapangan	<ul style="list-style-type: none"> • Observasi lapangan • Kuesioner responden PKL 	Deskriptif kualitatif

No	Tujuan Penelitian	Sasaran penelitian	Variabel Data	Jenis Data	Sumber Data	Teknik Analisa
3.	Menyusun strategi pengembangan pasar terubuk	Tersusunnya strategi pengembangan pasar terubuk	<ul style="list-style-type: none">Melihat perkembangan kedepannya pasar tradisional	Data primer dengan wawancara	<ul style="list-style-type: none">Survei Sekunder dan Survei Primer (Hasil dari survei lapangan dengan menggunakan wawancara	Analisis SWOT

Sumber : Hasil Analisis, 2017

BAB IV

GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Kabupaten Bengkalis.

Secara geografis, posisi Wilayah Kabupaten Bengkalis terletak antara $100^{\circ}57'57,6''$ – $102^{\circ}30'25,2''$ Bujur Timur dan $2^{\circ}7'37,2''$ – $0^{\circ}55'33,6''$ Lintang Utara. Wilayah Kabupaten Bengkalis terdiri dari pulau dan daratan serta memiliki kawasan pesisir dan laut dengan garis pantai sepanjang 446 Km yang berbatasan dengan :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Selat Malaka.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Siak dan Kabupaten Kepulauan Meranti.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Rokan Hulu dan Kota Dumai.
- Sebelah Timur berbatasan dengan Selat Melaka dan Kabupaten Kepulauan Meranti.

Kabupaten Bengkalis mempunyai letak yang sangat strategis, karena dilalui oleh jalur perdagangan internasional melalui Selat Malaka.

Letak strategis Kabupaten Bengkalis dilatar belakangi sejarah dimana Kabupaten Bengkalis merupakan *base line* bagi para pedagang Hindia yang memiliki ikatan kuat dengan semenanjung Malaka, dan menciptakan aliran perdagangan *the tranchet* Malaka-Bengkalis. Pada masa-masa selanjutnya

perkembangan aliran perdagangan jalur ini diikuti munculnya pusat-pusat pasar tradisional bagi kawasan Asia Tenggara terutama dalam kebutuhan sandang, pangan dan papan bagi kawasan daratan Sumatera dan Jawa. Selain itu Malaysia dan Singapura yang memiliki ikatan kerjasama ekonomi kuat dengan Riau dapat dimanfaatkan sebagai jembatan penguak pasar yang lebih besar di daratan Asia Timur. Bila posisi geo-ekonomis ini dapat dimanfaatkan secara cermat dan maksimal, maka kondisi tersebut merangsang perkembangan Bengkalis sebagai kawasan perdagangan yang potensial.

Berdasarkan hal tersebut kerjasama ekonomi antara Singapura, Negara Bagian Johor dan Propinsi Riau dikenal dengan SIJORI yang tertuang dalam kerangka kerjasama ekonomi sub-regional IMS-GT pada dasarnya bertujuan untuk mendorong pembangunan dan meningkatkan kerjasama ekonomi di bidang perdagangan, pariwisata, pertanian, industri serta kegiatan-kegiatan lainnya di wilayah segitiga pertumbuhan.

Kabupaten Bengkalis mempunyai eksisting wilayah yang dialiri oleh beberapa sungai. Keberadaan sungai yang ada di daerah ini sangat berperan penting dalam sarana penghubung utama untuk perekonomian masyarakat.

4.1.1 Sejarah Pembentukan Kabupaten Bengkalis

Kabupaten Bengkalis dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1956 dengan Ibu Kotanya Bengkalis, saat ini Kabupaten Bengkalis merupakan salah satu dari 12 Kabupaten/Kota di Propinsi Riau. Pada tahun 1999 Kabupaten Bengkalis dimekarkan menjadi 3 Kabupaten dan satu Kota yaitu

Kabupaten Bengkalis selaku Kabupaten Induk, Kabupaten Siak, Kabupaten Rokan Hilir, dan Kota Dumai (Undang-undang Nomor 53 Tahun 1999). Pada akhir tahun 2008 atas hak inisiatif Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI), Kabupaten Bengkalis dimekarkan lagi setelah 5 Kecamatan bergabung menjadi kabupaten Kepulauan Meranti (Undang-undang Nomor 12 tahun 2009).

4.1.2 Luas Wilayah

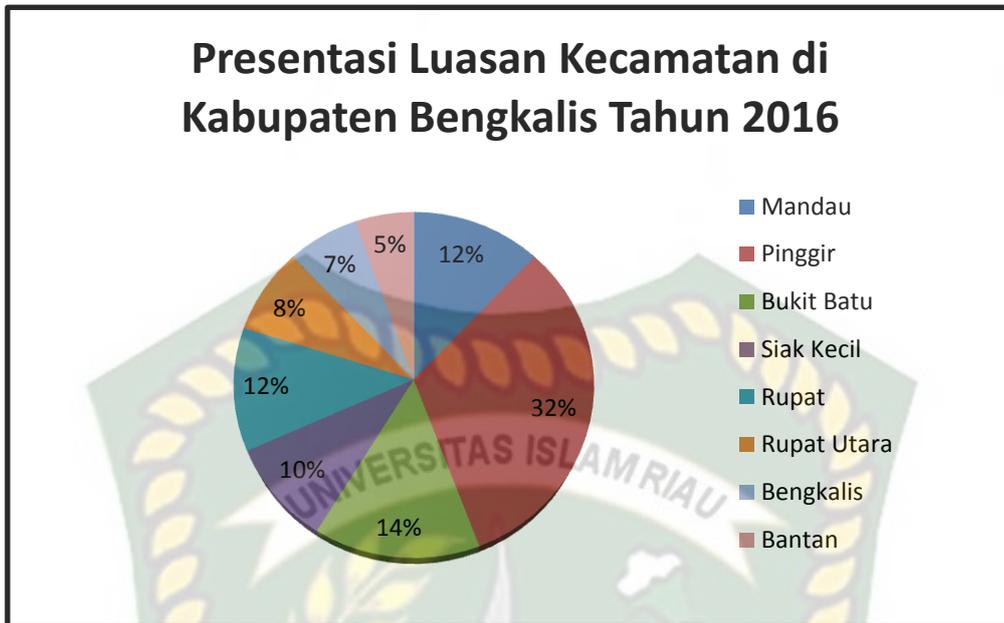
Luas wilayah Kabupaten Bengkalis 7.773,93 km², terdiri dari pulau-pulau dan lautan. Tercatat sebanyak 17 pulau utama disamping pulau-pulau kecil lainnya yang berada di wilayah Kabupaten Bengkalis.

Jika dirinci luas wilayah menurut kecamatan dan dibandingkan dengan luas Kabupaten Bengkalis, Kecamatan Pinggir merupakan kecamatan yang terluas yaitu 2.0503 km² (32,20%) dan kecamatan yang terkecil adalah kecamatan Bantan dengan luas 424,4 km² (5,46%).

Tabel 4.1
Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kabupaten Bengkalis
Tahun 2017

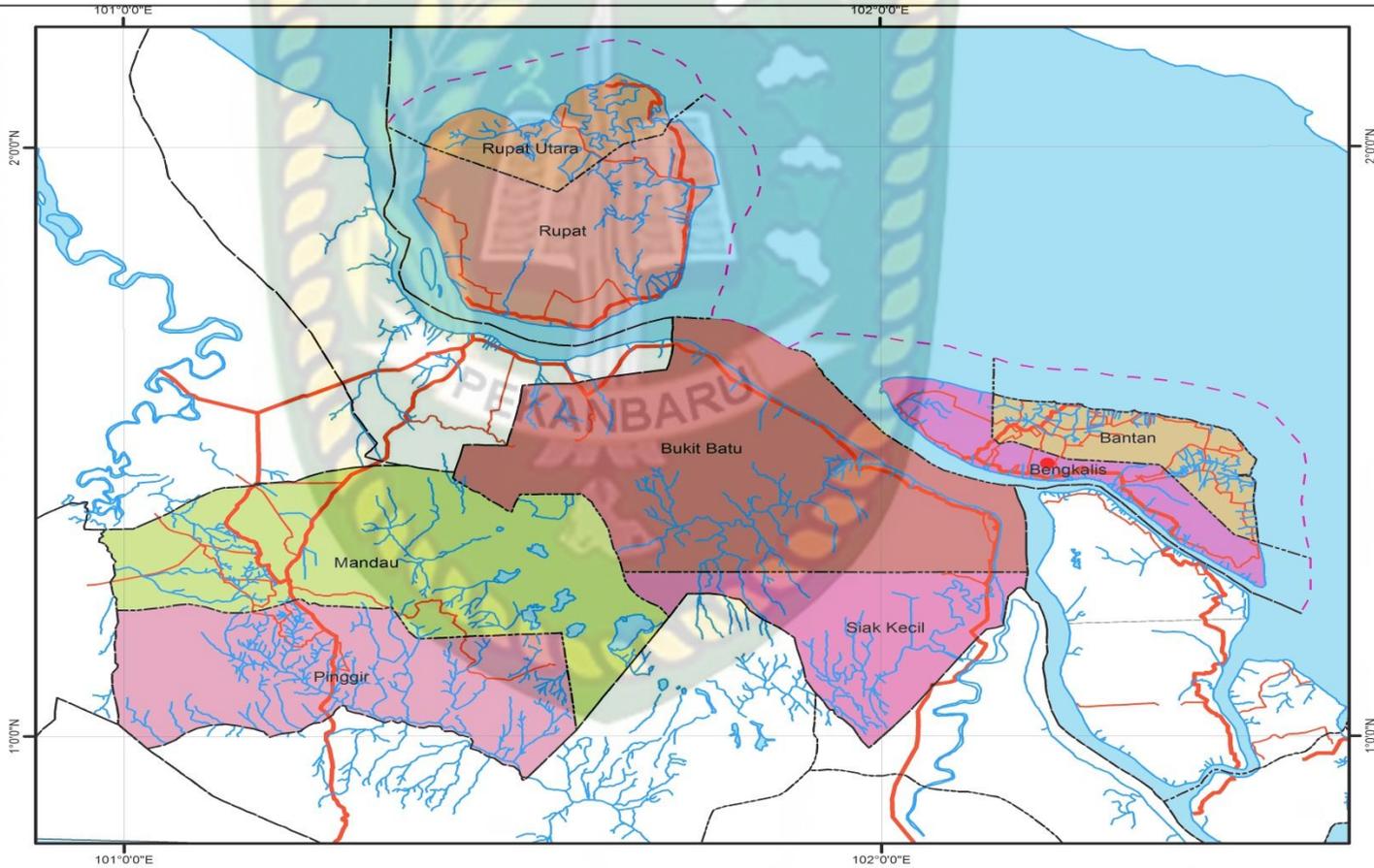
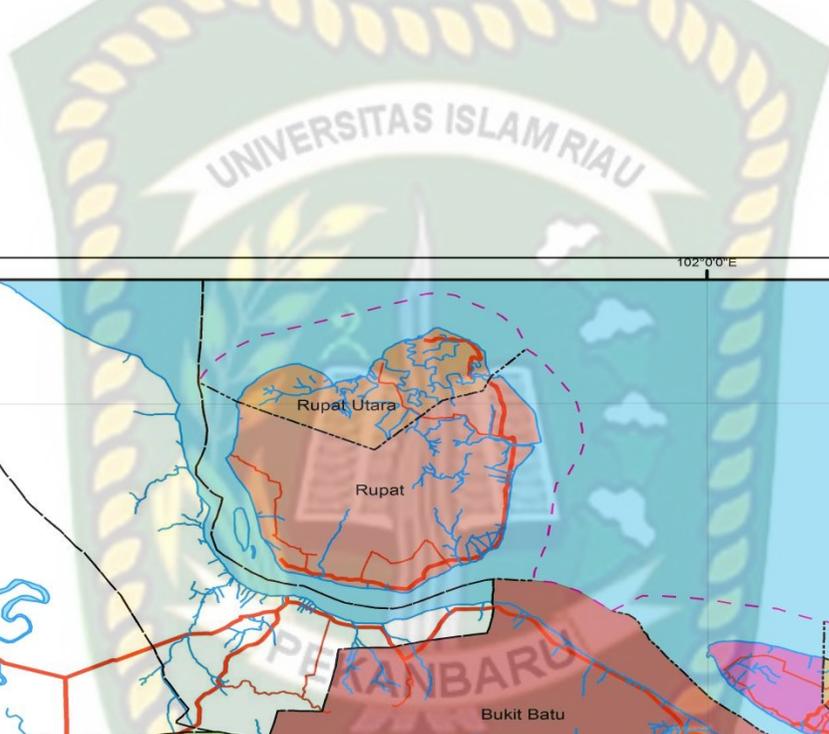
No	Kecamatan	Luas (km ²)	Persentase (%)
1	Mandau	937,47	12,06
2	Pinggir	2.503,00	32,20
3	Bukit Batu	1.128,00	14,51
4	Siak Kecil	742,21	9,55
5	Rupat	896,35	11,53
6	Rupat Utara	628,50	8,08
7	Bengkalis	514,00	5,46
8	Bantan	424,40	5,46
Jumlah		7.773,93	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Bengkalis Dalam Angka 2017



Sumber : Hasil Analisa Tahun 2016

Gambar 4.1
Persentasi Luasan Kecamatan di Kabupaten Bengkalis Tahun 2016





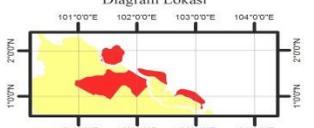
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS TEKNIK
PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
2017

Gambar 4.2 Peta Administrasi Kabupaten Bengkalis



Skala 1:940.000

Diagram Lokasi



Legenda	
●	Ibukota Kabupaten
---	Batas_kemamatan
- - -	batas_laui
—	Jalan Primer
—	Jalan Sekunder
—	Sungai
—	Danau
kecamatan	
■	Bantan
■	Bengkalis
■	Bukit Batu
■	Mandau
■	Pinggir
■	Rupa
■	Rupa Utara
■	Siak Kecil

Nama : Bastian Maulana Npm : 123410126	Pembimbing I : Puji Astuti ST, MT Pembimbing II : Febby Asteriani ST, MT
---	---

Sumber Data :
- Peta Rupa Bumi Indonesia Skala 1 : 50.000 Tahun 1986/1987 yang diterbitkan oleh Bakosurtanal.
- Hasil Ground Check Interpretasi Citra Landsat Tahun 2007
- Datum Horizontal : WGS84 - Zona 47S

PETA ADMINISTRASI KABUPATEN BENGKALIS

4.1.3 Kependudukan

a. Kepadatan Penduduk

Pada Tahun 2015 kepadatan penduduk di Kabupaten Bengkalis yaitu 70 jiwa/km², rata-rata jumlah penduduk/rumah tangga adalah 4 orang. Kepadatan Penduduk tertinggi berada di Kecamatan Mandau dengan kepadatan 225 jiwa/Km², sementara di delapan kecamatan lain cukup beragam.

Tabel 4.2
Jumlah Kepadatan Penduduk di Kabupaten Bengkalis Tahun 2016

No	Kecamatan	Luas Wilayah		Penduduk		Kepadatan Penduduk (Jiwa/km ²)
		Km ²	%	Jumlah (Jiwa)	%	
1	Mandau	937,47	12,06	239.513	44,03	255
2	Pinggir	2.503,00	32,20	86.535	15,91	35
3	Bukit Batu	1.128,00	14,51	32.840	6,04	29
4	Siak Kecil	742,21	9,55	20.220	3,72	27
5	Rupat	896,35	11,53	33.063	6,08	37
6	Rupat Utara	628,50	8,08	14.201	2,61	23
7	Bengkalis	514,00	6,61	78.571	14,44	153
8	Bantan	424,40	5,46	39.044	7,18	92
Jumlah		7.773,93	100,00	543.987	100,00	651

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016

b. Pertumbuhan Penduduk

Pertumbuhan penduduk di Kabupaten Bengkalis sangat pesat. Laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,67 persen. Kecamatan yang memiliki laju pertumbuhan penduduk tertinggi adalah di Kecamatan Pinggir sebesar 1,82 persen dan laju pertumbuhan penduduk terendah adalah di Kecamatan Siak Kecil sebesar 1,54 persen.

Tabel 4.3
Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan penduduk di Kabupaten
Bengkalis Tahun 2011-2016.

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)		Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun (%)
		2010	2015	
1	Mandau	220.335	239.513	1,68
2	Pinggir	79.056	86.535	1,82
3	Bukit Batu	30.254	32.840	1,65
4	Siak Kecil	18.730	20.220	1,54
5	Rupat	30.600	33.063	1,56
6	Rupat Utara	13.077	14.201	1,66
7	Bengkalis	72.472	78.571	1,63
8	Bantan	36.111	39.044	1,57
Jumlah		500.635	543.987	1,67

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016

c. Struktur Penduduk

Struktur penduduk adalah pengelompokan atau susunan penduduk suatu wilayah berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, Contoh struktur penduduk adalah pengelompokan penduduk berdasarkan usia/umur, jenis kelamin, mata

pencaharian, agama, bahasa, pendidikan, tempat tinggal, jenis pekerjaan dan lain-lain. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Tahun 2015 Kabupaten Bengkalis, jenis kelamin penduduk terbesar di Kabupaten Bengkalis pada tahun 2015 yaitu di Kecamatan Mandau sebanyak 239.513 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 123.665 jiwa dan perempuan sebanyak 115.848 jiwa.

Tabel 4.4
Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kabupaten Bengkalis
Tahun 2016

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)			Rasio Jenis Kelamin
		Laki-laki (Jiwa)	Perempuan (Jiwa)	Jumlah (Jiwa)	
1	Mandau	123.665	115.848	239.513	107
2	Pinggir	44.490	42.045	86.535	106
3	Bukit Batu	16.727	16.113	32.840	104
4	Siak Kecil	10.419	9.801	20.220	106
5	Rupat	16.982	16.081	33.063	106
6	Rupat Utara	7.303	6.898	14.201	106
7	Bengkalis	39.876	38.695	78.571	103
8	Bantan	19.793	19.251	39.044	103
Jumlah		279.255	264.732	543.987	105

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016

4.1.4 Kondisi Topografi dan Klimatologi Kabupaten Bengkalis

Wilayah Kabupaten Bengkalis 95 persen merupakan daratan rendah dengan rata-rata ketinggian antara 2-6 m di atas permukaan laut yang ditumbuhi hutan tropis, pantainya landai dan merupakan endapan lumpur sebagai hasil dari erosi sungai. Daerah perbukitan yang tingginya tidak lebih dari 55 m diatas

permukaan air laut hanya terletak di Duri Ibu kota Kecamatan Mandau yang juga merupakan kota terbesar di Kabupaten Bengkalis.

Kabupaten Bengkalis memiliki 34 sungai, 10 tasik atau danau dan 16 pulau besar dan kecil. Ke-16 pulau tersebut terdiri dari dua pulau besar, yaitu pulau Bengkalis (938,40 Km²) dan Rupat (1.525 Km²). Sedangkan pulau lainnya merupakan pulau kecil, yaitu pulau Atung, Mampu Beso, Payung, Mentele, Baru, Rampang dan Mampu Kecil yang masuk dalam wilayah Kecamatan Rupat. Kemudian Pulau Babi, Kemunting, Simpur, Benting Aceh, Beruk, Pajak, dan tengah yang masuk dalam wilayah Kecamatan Rupat Utara.

Jenis tanah terdiri dari *organosol* dan *gleihomus* dimanifestasikan dalam bentuk rawa-rawa meliputi dataran rendah dengan tingkat keasaman yang tinggi dan miskin akan unsur hara. Jenis tanah *alluvial* dan *podsolik* merah kuning terdapat di daerah Kecamatan Mandau baik untuk pertanian dan perkebunan. Endapan dan deposit benda tambang yang merupakan sedimentasi penting di daerah ini adalah minyak bumi. Penggunaan tanah digunakan untuk pertanian, pertambangan, industri, tempat pemukiman, kehutanan, hutan lindung serta hutan industri.

Curah hujan Kabupaten Bengkalis rata-rata antara 651,0-1.092,4 mm/tahun dengan jumlah hari hujan sekitar 25-63 hari/tahun. Kondisi lokasi wilayah Kabupaten Bengkalis berpengaruh terhadap iklim dan cuaca. Secara umum Kabupaten Bengkalis beriklim tropis dengan temperatur setiap tahun antara 26⁰C-32⁰C. Musim kemarau pada umumnya terjadi pada bulan Februari – Agustus sedangkan musim penghujan terjadi pada bulan September-Januari.

Jenis-jenis flora yang banyak yang terdapat di hutan-hutan di wilayah Kabupaten Bengkalis diantara Meranti, Punak, sungkai, Bintangur, Api-api, Bakau, Nibung. Kayu-kayu ini sebagian besar merupakan jenis kayu komersial yang digunakan sebagai bahan baku industri kayu dan furniture. Hasil hutan lainnya adalah Rotan, Damar dan getah jelutung. Disamping itu terdapat beberapa jenis anggrek hutan dan berbagai jenis tanaman hias, seperti Pinang Merah dan Palm (Kepau).

Sedangkan jenis-jenis fauna yang masih terdapat di kawasan hutan Bengkalis, seperti Harimau Sumatera, Gajah, Beruang madu, beruk, lutung, Kera, Rusia, Kijang, kancil, Ayam Hutan, Buaya serta berbagai jenis ular dan burung. Di Kabupaten bengkalis terdapat kawasan hutan lindung yang terdapat di Kecamatan Bukit Batu, Mandau dan rupert.

4.1.5 Sarana dan Prasarana Perhubungan di Kabupaten Bengkalis

Berdasarkan data Dinas Bina Marga dan Perairan Kabupaten Bengkalis Tahun 2015, kondisi panjang jalan yaitu 1.318,56 km yang 75,90% permukaannya sudah berupa aspal dan beton. Penyediaan sarana perhubungan di Kabupaten Bengkalis sangat penting untuk terciptanya kondisi ekonomi dan sosial yang baik di Kabupaten Bengkalis.

Tabel 4.5**Panjang Jalan Menurut Jenis Permukaan di Kabupaten Bengkalis
Tahun 2014-2016 (Km)**

No	Jenis Permukaan	2014	2015	2016
1	Diaspal	297,27	314,77	319,03
2	Beton	628,59	642,36	681,80
3	Kerikil	81,81	91,27	99,12
4	Tanah	310,89	270,16	218,61
5	Tidak Dirinci	0,00	0,00	0,00
Jumlah		1.318,56	1.318,56	1.318,56

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Bengkalis Dalam Angka 2016

Wilayah Kabupaten Bengkalis berupa kepulauan, untuk itu perhubungan laut sangat penting di Kabupaten Bengkalis. Diseluruh Kecamatan rata-rata terdapat pelabuhan besar atau kecil yang digunakan sebagai sarana transportasi antar wilayah. Selain itu, pelabuhan yang ada juga melayani bongkar muat barang dari luar Kabupaten bahkan luar Negeri (Melaka dan Muar) yaitu terdapat di kecamatan Bantan.

Dalam indikasi rencana program untuk mewujudkan salah satu misi di kabupaten Bengkalis tahun 2010-2015 yaitu pada sasaran misi ke-Empat “Meningkatkan Infrastruktur daerah antara lain peningkatan prasarana jalan, jembatan, pelabuhan, energi listrik, pengelolaan sumber daya air, pengelolaan lingkungan, penataan ruang dan perumahan”.

4.1.6 Perdagangan

Jumlah perusahaan perdagangan pada Tahun 2016 di Kabupaten Bengkalis berdasarkan data dari dinas perindustrian dan perdagangan Kabupaten Bengkalis sebanyak 1.208 perusahaan yang terdiri dari 305 perusahaan perdagangan besar, 301 perusahaan perdagangan menengah, dan 602 perusahaan perdagangan kecil.

Nilai ekspor di Kabupaten Bengkalis selama Tahun 2016 mendapat 24 juta US\$. Lebih rendah dari tahun 2015 dimana nilai ekspor di Kabupaten Bengkalis mendapat 63,8 juta US\$.

Selama Tahun 2016 nilai impor di Kabupaten Bengkalis mencapai 2,47 juta US\$. Sedangkan pada tahun 2015 nilai impor di Kabupaten Bengkalis mencapai 2,42 juta US\$.

Tabel 4.6 :
Banyaknya Sarana Perdagangan Menurut Kecamatan dan Jenis di Kabupaten Bengkalis, 2016

No	Kecamatan	Pasar Modern	Pasar Tradisional	Pasar Desa	Jumlah
1	Mandau	2	4	9	15
2	Pinggir	-	-	10	10
3	Bukit Batu	-	1	6	7
4	Siak Kecil	-	-	5	5
5	Rupat	-	-	8	8
6	Rupat Utara	-	-	3	3
7	Bengkalis	1	2	9	12
8	Bantan	-	-	7	7
Kab. Bengkalis		3	7	57	67

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bengkalis, 2016

4.2 Gambaran Umum Kecamatan Bengkalis

4.2.1 Kondisi Geografis Kecamatan Bengkalis

Dalam wilayah administrasi, Kecamatan Bengkalis merupakan ibu kota Kabupaten Bengkalis yang secara geografis berbatasan langsung dengan Kecamatan Bantan. Wilayah administratif Kecamatan Bengkalis terdapat 31 Desa/Kelurahan didalamnya. Dengan luas wilayah kecamatan Bengkalis adalah 514 km². Dengan desa terluas yaitu Kelemantan seluas 61 km², dan yang terkecil yaitu kelurahan Bengkalis Kota dengan luas 2 km² atau sebesar 0,38 % dari luas keseluruhan kecamatan Bengkalis.

Desa/kelurahan dengan jarak lurus terjauh dari ibukota kecamatan Bengkalis adalah desa Sekodi dengan jarak lurus 60 km, kemudian desa Palkun dengan jarak lurus 57 km.

Tabel 4.7**Luas Wilayah Kecamatan Menurut Desa/Kelurahan Tahun 2016**

No	Desa/ kelurahan	Luas Wilayah	Persentase (%)
1.	Sekodi	30	5,83
2.	Kelemantan	61	11,86
3.	Ketam Putih	27	5,25
4.	Pematang Duku	46	8,94
5.	Penebal	32	6,22
6.	Temeran	29	5,64
7.	Penampi	16	3,11
8.	Sungai Alam	23	4,47
9.	Air Putih	15	2,91
10.	Senggoro	20	3,89
11.	Rimba Sekampung	3	0,58
12.	Bengkalis Kota	2	0,38
13.	Wonosari	20	3,89
14.	Damon	3	0,58
15.	Kelapa pati	10	1,94
16.	Pedekik	35	6,80
17.	Pangkalan Batang	38	7,39
18.	Sebauk	31	6,03
19.	Teluk Latak	23	4,47
20.	Meskom	51	9,92
21.	Palkun	n/a	*
22.	Kelemantan Barat	n/a	*
23.	Sungai Batang	n/a	*
24.	Pematang Duku Timur	n/a	*
25.	Damai	n/a	*
26.	Kelebuk	n/a	*
27.	Kuala Alam	n/a	*
28.	Pangkalan Batang Barat	n/a	*
29.	Senderak	n/a	*
30.	Simpang Ayam	n/a	*
31.	Prapat Tunggal	n/a	*

	Jumlah	514	100,00
--	--------	-----	--------

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016

Tabel 4.8

Letak Geografis Desa/Kelurahan di Kecamatan Bengkalis Tahun 2016

No	Desa/Kelurahan	Letak Geografis Desa/Kelurahan			
		Pesisir/tepi laut/pantai	Lembah/daerah aliran sungai	Lereng/punggung bukit	Dataran
1	Sekodi	v	-	-	-
2	Kelemantan	v	-	-	-
3	Ketam Putih	v	-	-	-
4	Pematang Duku	v	-	-	-
5	Penebal	v	-	-	-
6	Temeran	v	-	-	-
7	Penampi	v	-	-	-
8	Sungai Alam	v	-	-	-
9	Air Putih	v	-	-	-
10	Senggoro	v	-	-	-
11	Rimba Sekampung	v	-	-	-
12	Bengkalis Kota	v	-	-	-
13	Wonosari	-	-	-	v
14	Damon	v	-	-	-
15	Kelapa pati	v	-	-	-
16	Pedekik	-	-	-	v
17	Pangkalan Batang	v	-	-	-
18	Sebauk	v	-	-	-
19	Teluk Latak	v	-	-	-
20	Meskom	v	-	-	-
21	Palkun	v	-	-	-
22	Kelemantan Barat	v	-	-	-
23	Sungai Batang	v	-	-	-
24	Pematang Duku Timur	v	-	-	-
25	Damai	v	-	-	-
26	Kelebuk	v	-	-	-
27	Kuala Alam	v	-	-	-
28	Pangkalan Batang Barat	v	-	-	-

29	Senderak	v	-	-	-
30	Simpang Ayam	v	-	-	-
31	Prapat Tunggal	v	-	-	-
Jumlah		29	-	-	2

Sumber :Badan Pusat Statistik, 2016

4.2.2 Kependudukan

Jumlah warga kecamatan Bengkalis tahun 2015 berjumlah 77.322 jiwa, yang terdiri dari 39.673 jiwa adalah laki-laki dan 37.649 jiwa adalah perempuan. Dengan jumlah tersebut menghasilkan sex ratio sebesar 103 yang artinya dalam 100 orang perempuan terdapat 103 orang laki-laki.

Dengan luas wilayah 514 km² dan jumlah warga 77.322 jiwa, ternyata menghasilkan kepadatan warga sebesar 147 yang berarti dalam setiap 1 km² dihuni oleh sekitar 147 orang.

Kecamatan Bengkalis mempunyai 20.669 jumlah keluarga dengan rata-rata jumlah warga dalam keluarga adalah tiga orang. Jumlah tersebut hampir merata di semua desa/kelurahan.

Tabel 4.9
Jumlah Penduduk Menurut Desa/Kelurahan
di Kecamatan Bengkalis Tahun 2016

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Penduduk (Jiwa)		Jumlah (Jiwa)
		Laki-Laki (Jiwa)	Perempuan (Jiwa)	
1	Sekodi	959	878	1.837
2	Kelemantan	499	493	992

3	Ketam Putih	832	823	1.655
4	Pematang Duku	1.087	1.022	2.109
5	Penebal	885	847	1.732
6	Temeran	824	741	1.565
7	Penampi	705	651	1.376
8	Sungai Alam	1.300	1.241	2.541
9	Air Putih	1.547	1.498	3.380

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Penduduk (Jiwa)		Jumlah (Jiwa)
		Laki-Laki (Jiwa)	Perempuan (Jiwa)	
10	Senggoro	1.967	1.413	3.380
11	Rimba Sekampung	2.208	2.509	4.717
12	Bengkalis Kota	3.951	3.135	7.086
13	Wonosari	3.866	3.307	7.173
14	Damon	2.710	2.722	5.432
15	Kelapa pati	3.370	3.860	7.230
16	Pedekik	1.234	1.197	2.431
17	Pangkalan Batang	1.209	1.137	2.346
18	Sebauk	674	648	1.322
19	Teluk Latak	1.337	1.271	2.608
20	Meskom	914	866	1.780
21	Palkun	511	515	1.026
22	Kelemantan Barat	511	515	1.026
23	Sungai Batang	827	774	1.601
24	Pematang Duku Timur	735	659	1.430
25	Damai	727	899	1.626
26	Kelebuk	489	437	926
27	Kuala Alam	1.067	1.013	2.080
28	Pangkalan Batang Barat	866	785	1.651

29	Senderak	726	656	1.382
30	Simpang Ayam	530	510	1.040
31	Prapat Tunggal	606	571	1.177
Jumlah		39.673	37.649	77.322

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016

Tabel 4.10
Kepadatan Penduduk Menurut Desa/Kelurahan
di Kecamatan Bengkalis Tahun 2016

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Luas Wilayah (Km ²)
1	Sekodi	1.837	30,00
2	Kelemantan	992	61,00
3	Ketam Putih	1.655	27,00
4	Pematang Duku	2.109	46,00
5	Penebal	1.732	32,00
6	Temeran	1.565	29,00
7	Penampi	1.376	16,00
8	Sungai Alam	2.541	23,00
9	Air Putih	3.045	15,00
10	Senggoro	3.380	20,00
11	Rimba Sekampung	4.717	3,00
12	Bengkalis Kota	7.086	2,00
13	Wonosari	7.173	20,00
14	Damon	5.432	3,00
15	Kelapa pati	7.230	10,00
16	Pedekik	2.431	35,00
17	Pangkalan Batang	2.346	38,00
18	Sebauk	1.322	31,00
19	Teluk Latak	2.608	23,00
20	Meskom	1.780	51,00
21	Palkun	1.026	n/a
22	Kelemantan Barat	1.026	n/a
23	Sungai Batang	1.601	n/a
24	Pematang Duku Timur	1.430	n/a
25	Damai	1.626	n/a
26	Kelebuk	926	n/a
27	Kuala Alam	2.080	n/a
28	Pangkalan Batang Barat	1.651	n/a

29	Senderak	1.382	n/a
30	Simpang Ayam	1.040	n/a
31	Prapat Tunggal	1.177	n/a
Jumlah		77.322	514,00

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemamparan hasil berdasarkan penemuan dan analisis mengenai dampak sosial ekonomi terhadap pedagang tradisional pasca relokasi pasar pelita ke pasar terubuk. Pasar pelita yang terletak di perbangkung kecamatan bengkalis adalah pasar tradisional yang merupakan pusat perbelanjaan yang di gemari di daerah perbangkuang.

5.1. Teridentifikasinya Kondisi Fisik Bangunan Pasar Tradisional

5.1.1 Kondisi Pasar Terubuk

Gambar yang terdapat di Pasar Terubuk dapat dilihat sebagai berikut :



Sumber : Pasar Terubuk Tampak Depan Pintu (Hasil Penelitian 2017)

Gambar 5.1 : Pasar Teubuk

Bangunan Pasar Terubuk adalah bangunan yang biasanya berada dalam wilayah pusat kota, Adapun posisi dari Pasar Terubuk berada di desa kelapapati. Untuk kondisi, Pasar Terubuk ini dapat dikatakan baik. Artinya bangunan ini dapat digunakan sesuai fungsi dan kegunaannya.

Jumlah pasar tradisional yang ada di kecamatan bengkalis adalah 13 unit yaitu : terubuk, sukaramai, ketam putih, teluk latak, tameran, sungai alam, penampi, selatbaru, teluk pambang, bantan tua, pasar sukaramai temiang, ojolali parit 1 api-api. Dari 13 pasar tersebut penulis mengambil 1 pasar tradisional, pasar tersebut adalah pasar terubuk.

Sejak 20 oktober 2012 pedagang-pedagang pasar pelita di relokasi ke pasar terubuk yang terletak di desa kelapapati laut. Penataan ulang dengan

merelokasi para pedagang pasar pelita mempunyai dampak dalam berbagi segi diantaranya social dan ekonomi untuk pedagang yang mengalami relokasi.

Adapun fasilitas yang tersedia di pasar terubuk ini dapat dikatakan cukup lengkap. Hanya saja kondisi sebagian fasilitas yang ada di pasar saat ini mengalami kerusakan dan tidak terawat akibat minimnya aktifitas didalam pasar terubuk di lantai 2.

5.1.2 Kondisi Sarana dan Prasarana

Beberapa fasilitas yang terdapat di pasar terubuk dijabarkan sebagai berikut :

- Musholla

Musholla merupakan salah satu wujud dari sarana peribadatan atau tempat ibadah bagi umat islam/muslim. Sebagaimana negara Indonesia yang mayoritas beragama islam, ketersediaan musholla diruang publik/umum adalah hal yang biasa ditemui.

Hal yang sama juga terdapat di Pasar Terubuk ini, dimana terdapat sarana peribadatan musholla.

Pasar terubuk ini terdapat 1 Musholla terletak dibagian belakang sudut kiri yang terpisah dari bangunan utama Pasar Terubuk .

Adapun kondisi dari musholla ini dapat dikatakan baik. Artinya musholla dapat digunakan sesuai fungsi dan kegunaannya.



Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Gambar 5.2 Musholla di Pasar Tebuk

- Kamar Kecil/WC

Kamar kecil atau wc merupakan sanitasi untuk tempat buang air besar dan kecil, tempat cuci tangan dan muka.

Pada pasar terubuk ini terdapat 8 kamar kecil/wc, yang terdiri dari 8 kamar kecil/wc yang diperuntukkan orang umum.

Adapun untuk kondisi dari kamar kecil/wc dapat dikatakan sebagiannya tidak terawat. Artinya dimana secara fisik sebagian mengalami kerusakan atau secara fungsi kamar kecil/wc ini tidak dapat digunakan.



Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Gambar 5.3 Kamar Kecil/WC di Pasar Terubuk

- Kios/Ruko

kios adalah sebuah ruangan dalam sebuah gedung umum yang dapat digunakan pengunjungnya untuk belanja.

Pada Pasar Terubuk ini terdapat beberapa ruang ruko-ruko/kios yang disediakan pengelola pasar.

Adapun kondisi dari kios/ruko ini dapat dikatakan baik. Artinya secara fisik baik dan dapat digunakan. Hanya karena tidak adanya aktifitas yang berarti didalam pasar membuat kios/ruko masih kosong.





Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Gambar 5.4 Kios/Ruko Di Pasar Terubuk

- Jaringan Drainase

Kondisi sistem jaringan drainase yang tersedia di Kawasan Pasar Terubuk adalah sistem jaringan drainase tertutup/terbuka dan dibangun di disamping jaringan jalan. Jaringan drainase tertutup yang terletak di samping jaringan jalan, di buat dengan cara ditutup di permukaan, sehingga dapat di manfaatkan sebagai pedestrian. Sedangkan jaringan drainase yang di buat terbuka tanpa adanya penutup di permukaan di bangun sebagai jaringan drainase sekunder.

Kondisi jaringan drainase yang ditederedia di dalam kawasan pasar kondisinya kurang baik, terdapat sampah yang berada di dalam drainase membuat kawasan dalam pasar mudah tergenang air ketika terjadi hujan. Dengan demikina di perlukan pengontrolan dan pemeliharaan secara rurtin agar drainase dapat berjalan dengan maksimal. Hal tersebut tentunya perlu dilakukan secara bersama-

sama sehingga pemeliharaan kondisi pasar dapat dijaga, dan menambah kenyamanan untuk para pedagang dan pelanggan dan tidak menimbulkan rasa khawatir ketika terjadinya hujan.



Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Gambar 5.5 Jaringan Drainase di Pasar Terubuk

- Jaringan listrik

Pemenuhan energy listrik di Kawasan pasar terubuk dan Kabupaten Bengkalis umumnya, di sediakan dan di layani oleh PT.PLN (Persero, Unit Pelayanan Kabupaten Bengkalis) dengan menggunakan jaringan interkoneksi Bengkalis. Sistem jaringan listrik di Kabupaten Bengkalis di distribusikan dengan menggunakan jaringan kabelisasi dan berada pada kawasan-kawasan pusat aktivitas seperti perkantoran, perdsagangan, permukiman, industry, militer dan lain-lain. Dengan menggunakan kabel udara yang di pasang dengan menggunakan tiang-tiang yang teringrasi di lingkungan permukiman dan penyediaan di jalan-jalan utama

menggunakan jaringan yang di topang tiang listrik dengan tinggi 9 m dengan jarak antar tiangnya 50 m, kondisi tersebut membuat sisitim kelistrikan di Kabupaten Bengkalis dilakukan secara terpadu atau bias menunjang satu dengan yang lain.

Pada wilayah pasar terubuk terdapat 3 tiang listrik yang di gunakan untuk mengaliri jaringan listrik di pasar tersebut. Setiap kios yang ada di pasar terubuk mendapatkan pasoka listrik 60-100 watt, sedangkan untuk kegiatan lain medapatkan pasokan listrik 900 watt. Sistem yang tersedia di pasar terubuk terlihat tidak teratur sehingga rentan terjadi kebakaran.

Melihat kondisi tersebut maka perlu dilakukan penataan ulang jaringan listrik yang ada di kawasan pasar, dengan menambah tiang-tiang pendukung, sehingga pengaliran jaringan listrik dapat di distribusikan dengan sistem yang lebih baik dan aman.



Sumber : Hasil Penelitian,2017

Gambar 5.6 Jaringan Listrik Di Pasar Terubuk

- Tempat Pembuangan Sampah

Penyediaan TPS (Tempat Pembuangan Sementara) Pasar Terubuk difungsikan sebagai tempat penampung sampah yang dihasilkan oleh para pedagang, namun kenyataannya penyediaan TPS tersebut juga di manfaatkan oleh masyarakat sekitar untuk membuang sampah rumah. Dilihat dari kondisi TPS di Pasar Terubuk, masih menggunakan ruas jalan, sehingga mengganggu keadaan lalu lintas yang ada dan membuat polusi udara untuk wilayah tersebut.

Dengan kondisi TPS yang sangat mengurangi estetika dan kenyamanan para pelanggan dan bahkan pedagang, di perlukan pendisainan ulang TPS pasar terubuk, sehingga keberadaan TPS tidak lagi mengganggu kenyamanan para pengguna jalan dan tidak menimbulkan polusi.



Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Gambar 5.7 Tempat Pembuangan Sampah

- Jaringan air bersih

Penyediaan jaringan air bersih di Pasar Atas di peroleh melalui sumber air yang di salurkan melalui jet Pumpatau sumur yang di alirkan ke Toilet. Sementara penyediaan Toilet di pasr tersebut hanya terdapat 1 (satu), sehingga untuk para pedangan yang ingin menggunakan air bersih harus mengambil di dalam toilet yang tersedia.

Jika dilihat dari standar penyediaan air bersih, yang idealnya setiap pedangan dapat mengakses air bersih dengan mudah, maka diperluka penyediaan jaringan air bersih yang terintegrasi dengan baik yang memudahkan pedangan untuk mendapatkannya.



Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Gambar 5.8 Jaringan Air Bersih

Untuk lebih jelas mengenai ketersediaan fasilitas yang ada di Pasar Terubuk di Kabupaten Bengkalis dapat dilihat pada Tabel 5.1 berikut :

Tabel 5.1 : Fasilitas Pasar Terubuk di Kabupaten Bengkalis

No	Fasilitas	Kondisi
1	Fasilitas Utama	
	- Jalur pejalan kaki	Baik
	- Ruang terbuka dan penghijauan	Baik
	- Parkir Kendaraan Umum	Baik
	- Kondisi jalan	Baik
	- Kondisi desain, struktur dan tata bangunan	Baik
	- Penerangan	Tidak Terawat
2	Fasilitas Penunjang	
	- Kamar Kecil/Toilet	Tidak Terawat
	- Musholla	Baik
	- Kantin	Tidak Terawat
	- Kios/los	Baik
	- TPS (Tempat Pembuangan Sampah)	Tidak Terawat
	- Jaringan air bersih	Baik
	- Taman	Baik

Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Dengan adanya kebijakan revitalisasi pasar pelita, sebagaimana yang disebutkan menurut UU Nomor 11 Tahun 2009 tentang kesejahteraan sosial bahwa kesejahteraan sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu melaksanakan fungsi sosialnya. Revitalisasi kebijakan pasar pelita sesuai dengan UU Nomor 11 Tahun 2009 di karenakan dengan merevitalisasi pasar dan merelokasi para pedagang pasar pelita membuat para pedagang tidak kehilangan tempat berdagangnya dan pedagang pun tetap bisa berdagang untuk memenuhi kebutuhan materialnya serta mencapai kehidupan yang sejahtera dalam arti

tercapai standar kehidupan poko dengan hasil berdagang, tetap mampu mengembangkan diri dan melaksanakan fungsi sosialnya.

Merelokasikan pedagang-pedagang pasar pelita ke pasar terubuk yang terletak di desa kelapapati laut kecamatan bengkalis. Sebelum terjadinya relokasi pasar pelita, terdapat proses-proses untuk revialitasi paar dan merelokasi para pedagang. Hal tersebut juga disampaikan oleh ketua organisasi pasar, Bapak Samsudin tentang adanya proses relokasi sebagai berikut :



Sumber :Gambar wawancara langsung dengan ketua organisasi pasar, 2017

Gambar 5.9 Wawancara Dengan Ketua Organisasi

“untuk proses revitalisasi dan relokasi pasar tradisional pelita kita mengadakan pertemua dulu dari pihak instansi mengenai revitalisasi dan relokasi sebelum kita sosialisasikan kepada para pedagang. Lalu dari pihak instansi langsung memberikan sosialisasi dan pertemuan kepada pedagang-pedagang disini bahwa pasar akan direvitalisasi sesuai dengan peraturan atau kebijakan yang berlaku yaitu pasar harus direvitalisasi atau dibangun-bangunan baru dengan syarat tes uji struktural karene terlihat dari kondisi pasar yang sudah tua”

5.1.3 Kebutuhan Ruang dan Jenis Dagangan Per-Kios

Berdasarkan standar yang tertuang dalam RTRW, dalam penentuan kawasan ruang terbangun untuk kawasan pedagan dan kawasan terbuka. Sehingga penentuan kebutuhan kawasan ruang terbangun dan terbuka dapat di sesuaikan dan dapan meningkatkan estetika.. Koefisien dasar bangunan yang diberlakukan yaitu 70% untuk ruang terbangun dan 30% untuk ruang terbuka. Untuk mengetahui luas peruntukkan bangunan dan ruang terbuka dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 5.2

Luas peruntukan bangunan, RTH dan utilitas

KDB (70%)	RTH 30%	TOTAL
Bangunan & utilitas	1,296	4.320
3,024		

Sumber : Hasil Analisis, 2017

Kebutuhan komponen dalam kawasan pasar dapat ditentukan berdasarkan :

- a) Pedoman perencanaan lingkungan pemukiman kota untuk kegiatan perdagangan. Komponen pada ruang pasar terdiri dari sarana utama dan sarana pendukung, serta sarana pelengkap lainnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5.3 Komponen Perdagangan Pada Kawasan Pasar.
- b) Untuk merumuskan masukan-masukan dalam peningkatan di gunakan pengamatan lapangan sehingga dapat terlihat secara detail seluruh keadaan di pasar bagaimana kebutuhan sarana yang diperlukan.. Penentuan kebutuhan komponen pasar dapat dilihat pada Tabel 5.4
- c) Pasar Tradisional yang ada di Kecamatan Bengkalis adalah 13 unit yaitu : terubuk, sukaramai, ketam putih, teluk latak, tameran, sungai alam, penampi, selatbaru, teluk pambang, bantan tua, pasar sukaramai temiang, ojolali parit 1 api-api. Dari 13 pasar tersebut penulis mengambil 1 pasar tradisional, pasar tersebut adalah pasar terubuk. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5.5 Daftar Profil Pasar Kabupaten Bengkalis.

Tabel 5.3 Komponen Perdagangan Pada Kawasan Pasar.

No	Komponen Kegiatan	Jenis Pelayanan	Sarana	Keterangan
1	Utama	a. Kebutuhan pangan	a. Kios b. Los	a. Kebutuhan pangan (sembilan bahan pokok) b. Kebutuhan pangan (makanan mentah dan jadi, minuman ,DLL)
	1. Pasar bawah	a. Kebutuhan pangan	a. Kios b. Los c. Toko	
	2. Pasar kering	a. Kebutuhan pangan	a. Kios b. Los c. Toko	
	3. TPS	a. Tempah pembuangan	a. Bak sampah/cont ainer	c. Kebutuhan

	4. Parkir	a. Parkir	a. Lahan parkir	sandang (pakaian, aksesoris, DLL) d. Kebutuhan pelengkap (sayur-sayuran, DLL)
	5. Bongkar muat	a. Tempat bongkar muat barang	a. Tempat bongkar muat	
2	Pendukung	a. Pelayanan jasa b. Fasilitas umum c. Fasilitas sosial	a. Petak bangunan b. Bangunan c. Ruang terbuka	a. Bank koperasi b. Pos keamanan c. Pusat informasi d. Telekomunikasi e. Kantor pos f. Tempat parkir g. Klinik h. Musholla

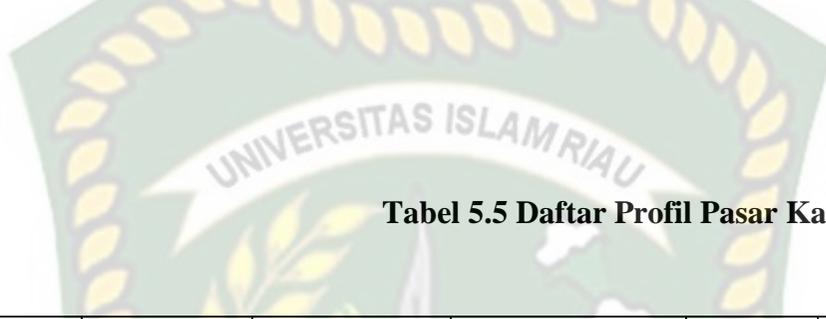
Sumber : Dinas Perdagangan dan Jasa, 2017

Tabel 5.4 Penentu Sarana Pada Komponen Pendukung Pasar

No	Pengamatan	Sarana pelengkap	Jenis
1	Berdasarkan fasilitas eksisting	Tempat parkir	Kendaraan
		Pangkalan transport	Angkutan umum
		Pos keamanan	Satpam
		Tempat ibadah	Musholla
		Tempah sampah	TPS

		Kantor dinas pasar	Instansi
		Telekomunikasi	Wartel
2	Berdasarkan pedoman perencanaan lingkungan permukiman kota 1993	Pengobatan	Klinik kesehatan
		Tempat istirahat	Taman terbuka
		Jasa pelayanan	Bank pasar
		Pos penanggulangan bahaya	Pemadam kebaran

Sumber : Dinas Perdagangan dan Jasa, 2017



Tabel 5.5 Daftar Profil Pasar Kabupaten Bengkalis.

No	Nama pasar	Kecamatan	Desa	Alamat	Tahun	Luas			Jumlah pedagang			
						Tanah	Bangunan	Lantai	Los	Kios	Dasaran	Jumlah pedagang
1	Terubuk	Bengkalis	Kelapapati	Jl. Kelapapati laut	2006	13.500	4.320	2	334	23	50	380
2	Sukaramai	Bengkalis	Bengkalis kota	Jl. Sudirman	1977	1.120	855	1	0	101	0	101
3	Ketam putih	Bengkalis	Ketam putih	Ketam putih	2002	108	108	1	22	3	5	30
4	Teluk latak	Bengkalis	Teluk latak	Teluk latak	2004	340	340	1	70	0	5	75
5	Tameran	Bengkalis	Tameran	Tameran	2002	340	340	1	50	0	10	60
6	Sungai alam	Bengkalis	Sei-alam	Sei-alam	2002	340	340	1	40	0	0	40
7	Penampi	Bengkalis	Penampi	Penampi	2002	340	340	1	45	0	0	45
8	Selat baru	Bantan	Selat baru	Jl. Jend sudirman	2005	10000	450	1	55	0	10	65
9	Teluk pambang	Bantan	Teluk pambang	Teluk pambang	2004	1.250	850	1	100	0	20	120
10	Bantan tua	Bantan	Bantan tua	Bantan tua	2004	1.050	400	1	25	0	5	30
11	Pasar baru selari	Bukit Batu	Sungai selari	Sungai selari	1998	7.990	1.380	1	75	8	10	93
12	Pasar sukaramai temiang	Bukit Batu	Temiang	Temiang	2001	1.315	350	1	40	0	11	51
13	Ojolali parit 1 api-api	Bukit Batu	Parit 1 api-api	Parit 1 api-api	2003	1.215	300	1	30	0	10	40

Sumber : Dinas Perdagangan dan Jasa, 2017

5.2. Dampak Sosial Ekonomi Pasca Relokasi Pasar Pelita Ke Terubuk

5.2.1 Dampak Sosial

Terlihat dari pasca relokasi dampak dari segi sosial seperti pada Tabel berikut :

1. Interaksi Urusan Berdagang Sebelum Relokasi

Tabel 5.6 Interaksi Urusan Berdagang Sebelum Relokasi

Dampak sosial ekonomi terhadap pedagang pasca relokasi pasar tradisional pelita ke pasar terubuk	Pertanyaan	Opsi jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
Dampak sosial	Apakah bapak/ibu/saudara/i sebelum relokasi sering berinteraksi dalam urusan berdagang dengan pedagang lain	167 (85,6%)	28 (14,4%)	195

Sumber : hasil penelitian, 2017

Dari tabel diatas dalam bentuk pertanyaan tentang berinteraksi dalam berurusan berdagang sebelum direlokasi dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menjawab Ya adalah sebanyak 167 responden, selanjutnya yang menjawab Tidak adalah sebanyak 28 responden. 85,6% dari 167 responden menjawab Ya. 14,4% dari 28 menjawab Tidak dengan jumlah 195 reponden.

Terjadinya relokasi di pasar membuat perubahan interaksi social yang terjadi pada para pedagang. Pada awal sebelum terjadi relokasi kondisi interaksi social yang terjadi antar pedagang sangat baik, setiap para pedagang melakukan

interaksi social dengan berkeja sama dan berinteraksi sesama pedagang. Sedangkan saat terjadi relokasi dan ditempatkan di tempat yang baru dengan kondisi kios-kios yang baru, interaksi seosial antar pedagang menjadi berkurang, hal ini disebabkan banyak pedangan lama yang dulu sudah terjalin keakraban lokasinya berpindah, sehingga para pedagang harus memulai dari awal tahap interkasi social dengan pedagang baru. Ada beberapa pedagang yang memang sudah saling kenal tetapi yang menjaga kios tersebut digantikan dengan orang lain.

2. Interaksi Urusan Berdagang Sesudah Relokasi

Tabel 5.7 Interaksi Urusan Berdagang Sesudah Relokasi

Dampak sosial ekonomi terhadap pedagang pasca relokasi pasar tradisional pelita ke pasar terubuk	Pertanyaan	Opsi jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
Dampak sosial	Apakah bapak/ibu/saudara/i sesudah relokasi sering berinteraksi dalam urusan berdagang dengan pedagang lain	118 (60,5%)	77 (39,5%)	195

Sumber : hasil penelitian, 2017

Dari tabel diatas dalam bentuk pertanyaan tentang berinteraksi dalam berurusan berdagang sesudah direlokasi dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menjawab Ya adalah sebanyak 118 responden, selanjutnya yang

menjawab Tidak adalah sebanyak 77 responden. 60,5% dari 118 responden menjawab Ya. 14,5% dari 77 menjawab Tidak dengan jumlah 195 reponden. Seperti yang terlihat pada tabel tersebut merupakan perbedaan sebelum relokasi dan sesudah relokasi. Dari adanya beberapa faktor dan terlihat perbedaan dengan adanya dampak seperti itulah terlihat dari segi kesejahteraan sosial yang para pedagang tidak dapatkan.

Perubahan interaksi sosial para pedagang di karenakan adanya perubahan tempat berdagang yang menjadi para pedagang hanya berinteraksi dengan kios-kios yang berdekatan saja. Sebelum adanya relokasi para pedagang pun akrab dengan pedagang-pedagang yang lainnya dan masih menjalin komunikasi yang baik. Tetapi, setelah adanya relokasi hubungan pedagang banyak melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap pedagang baru dan hanya berinteraksi dengan pedagang yang berdekatan saja. Ada beberapa pedagang yang memang sudah saling kenal tetapi pedagang yang sudah mereka kenalpun menutup kiosnya atau yang menjaga kios tersebut digantikan dengan orang lain sehingga pedagang yang lain malas untuk berinteraksi dari awal lagi kepada pedagang yang baru.

Hal tersebut juga disampaikan oleh salah satu pedagang sayur yang merasakan adanya dampak segi sosial yang dialami seperti :

“interaksi antar pedagang ya gini-gini aja dek, paling ngobrol sama yang kiosnya berdekatan saja. Karena waktu dipasar pelita dengan pasar ditempat yang sekarang orangnya beda-beda lagi, kaya orang yang di pasar pelita yang dulu kiosnya dekat sama sekarang tempatnya jauh dari saya, dan disini ketemunya sama orang yang beda lagi jadi

yaudah ngobrol sama yang deket-deket aja, di balik saling ngobrol juga sebenarnya kita bersaing dalam berjualan kaya misalkan ya ada prang mau beli ditempat saya, terus kios yang disebelah kaya manggil-manggil pembeli di tempat saya biar dia beli di tempatnya gitu dengan ngasih harga murah. Ya liat kondisinya sepi kaya gini jadi ya gitu persaingannya namanya orang dagang pasti ada persaingan”.

3. Kenyaman Pasar Sebelum di Relokasi

Tabel 5.8 Kondisi Pasar Sebelum di Relokasi

Dampak sosial ekonomi terhadap pedagang pasca relokasi pasar tradisional pelita ke pasar terubuk	Pertanyaan	Opsi jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
Dampak sosial	Apakah sebelum relokasi kondisi pasar tempat berjualan kurang nyaman	147 (75,4%)	48 (24,6%)	195

Sumber : hasil penelitian, 2017

Berdasarkan nilai total rata-rata hasil penyebaran kuesioner secara keseluruhan pertanyaan penelitian didapatkan hasil pengelohan data tentang kenyamanan sebelum pemindahan lokasi berdagang adalah 75,4% yang menghasilkan kriteria sebesar 24,6% yang termasuk dalam kategori yang kurang baik.

4. Kondisi Pasar Tempat Berjualan

Tabel 5.9 Kondisi Pasar Sesudah di Relokasi

Dampak sosial ekonomi terhadap pedagang pasca relokasi pasar tradisional pelita ke pasar terubuk	Pertanyaan	Opsi jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
Dampak sosial	Apakah sesudah relokasi kondisi pasar tempat berjualan kurang nyaman	181 (92,8%)	14 (7,2%)	195

Sumber : hasil penelitian, 2017

Sedangkan nilai total rata-rata hasil penyebaran kuesioner secara keseluruhan pertanyaan penelitian didapatkan hasil pengolahan data tentang kenyamanan sesudah pemindahan lokasi berdagang yang baru pasar terubuk adalah 7,2% yang menghasilkan kriteria sebesar 92,8% yang termasuk dalam kategori yang baik

Adanya bangunan baru yang sesuai dengan standarisasi, sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 tentang pedoman pembangunan dan pengelolaan sarana perdagangan. Kokohnya bangunan dan adanya petunjuk arah evakuasi keselamatan membuat aman pedagang untuk pengunjung berada dibangunan tersebut, dibandingkan dengan bangunan sebelum di pindahkan yang jauh dari kata nyaman,aman. Lain halnya sebelum adanya pemindahan, kondisi pasar yang kotor, sampah berserakan dimana-mana dan jalan yang masih kumuh, bau

sampah yang menyengat jauh sekali dari suasana nyaman. Kios tidak tertata dengan rapi dan keadaan kios yang sederhana yang membuat pengunjung tidak nyaman untuk berlama-lama di pasar.

5. Melakukan Interaksi Dengan Sesama Pedagang

Untuk lebih jelas dapat di lihat pada tabel di bawah :



**Tabel 5.10 Melakukan Interaksi Dengan Sesama Pedagang**

Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Pedagang Pasca Relokasi Pasar Tradisional Pelita ke Pasar Terubuk	Pertanyaan	Opsi Jawaban								Jumlah	
		a. Tukar menukar uang	(%)	b. Peminjaman barang dagangan	(%)	c. Menitipkan menjaga tempat jualan	(%)	d. Dan lainnya	(%)		
Dampak Sosial	Dengan cara apa atau dalam hal apa biasanya bapak/ibu/saudara/i melakukan interaksi dengan sesama pedagang	sebelum	97	49,7	24	12,3	54	27,7	20	10,3	195
	sesudah	118	60,5	16	8,2	32	16,4	29	14,9	195	

Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Hubungan baik yang terjalin antara pedagang sudah terjalin sangat lama karena lokasi tempat tinggal yang berdekatan dan masih adanya hubungan kekerabatan antara mereka. Hubungan ini tidak hanya berlangsung dalam setiap transaksi ekonomi yang terjadi melainkan juga dalam kehidupan sehari-hari. Frekuensi pertemuan yang sangat intensif karena dalam kehidupan sehari-hari mereka hidup bertetangga bahkan ada yang masih memiliki hubungan kekerabatan sehingga hubungan itu dapat terjalin dengan sangat erat, dengan saling mengenal, akan terjalin hubungan yang baik diantara mereka.

Profesi sebagai pedagang yang sudah dilakukan selama bertahun-tahun telah dimaknai oleh individu yang ada didalamnya sebagai bagian dari kehidupannya yang harus diperjuangkan. Melalui kegiatan ekonomi berdagang mereka mampu berkomunikasi dengan baik satu sama lain, dalam bahasa mereka sendiri mereka menyampaikan maksud dan tujuan mereka dalam membina hubungan baik dengan sesama pedagang yang akan menumbuhkan rasa kedekatan personal dan menciptakan sebuah kerjasama yang baik diantara mereka.

6. Waktu yang digunakan untuk melakukan interaksi sesama pedagang lain

Tabel 5.11
Waktu yang digunakan untuk melakukan interaksi
sesama pedagang lain

Dampak sosial ekonomi Terhadap pedagang pasca Relokasi pasar tradisional Pelita ke pasar terubuk	Pertanyaan	Opsii Jawaban					N
		Lama (>60 menit)			Sebentar(<60 menit)		
Dampak Sosial	Berapa kira-kira Jumlah waktu yang digunakan bapak/ibu/saudara/i untuk Melakukan interaksi dengan pedagang lain	Sebelum	57	29,2 %	138	70,8%	195
		Sesudah	50	25,6%	145	74,4%	195

Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Dari tabel diatas dalam bentuk pertanyaan waktu yang digunakan untuk melakukan interaksi sesama pedagang lain dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menjawab Lama (>60 menit) adalah sebanyak 57 responden, selanjutnya yang menjawab Sebentar (<60 menit) adalah sebanyak 138 responden. 29,2 % dari 57 responden menjawab Lama (>60 menit). 70,8% dari 138 menjawab Sebentar (<60 menit) dengan jumlah 195 reponden.

Sedangkan nilai total rata-rata hasil penyebaran kuesioner secara keseluruhan sebelum relokasi pertanyaan penelitian didapatkan hasil pengolahan data tentang waktu yang digunakan untuk melakukan interaksi sesama pedagang lain dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menjawab Lama (>60 menit) adalah sebanyak 50 responden, selanjutnya yang menjawab Sebentar (<60

menit) adalah sebanyak 145 responden. 25,6 % dari 50 responden menjawab Lama (>60 menit). 74,4% dari 145 menjawab Sebentar (<60 menit) dengan jumlah 195 reponden.

7. Organisasi sosial maupun kelompok sosial pedagang

Tabel 5.12
Organisasi Sosial maupun Kelompok Sosial Pedagang

Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Pedagang Pasca Relokasi Pasar Tradisional Pelita ke Pasar Terubuk	Pertanyaan		Opsi Jawaban				Jumlah
			Ada	(%)	Tidak	(%)	
Dampak Sosial	Apakah di lokasi bapak/ibu/saudara/i terdapat organisasi sosial maupun kelompok sosial pedagang	Sebelum	195	100	0	0	195
		Sesudah	195	100	0	0	195

Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Berdasarkan hasil observasi dan penyebaran angket terhadap 195 orang pedagang yang menjadi sasaran penelitian ini, dapat dikemukakan bahwa 100% yang menjawab ada. Organisasi sosial maupun kelompok sosial pedagang sudah dibentuk sejak pasar sebelum direlokasi.

8. Permasalahan yang timbul pada saat berdagang

Tabel 5.13

Pemasalahan Yang Timbul Pada Saat Berdagang

Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Pedagang Pasca Relokasi Pasar Tradisional Pelita ke Pasar Terubuk	Pertanyaan		Opsi Jawaban				Jumlah
			Ada	(%)	Tidak	(%)	
Dampak Sosial	Adakah permasalahan yang timbul pada saat bapak/ibu/saudara/i berdagang	Sebelum	124	63,6	71	36,4	195
		Sesudah	98	50,3	97	49,7	195

Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Permasalahan yang timbul sebelum direlokasi Bentuk fisik pasar yang berupa kios-kios kecil yang dibentuk seadanya, bahkan terkadang hanya dengan alas plastik atau karung untuk menggelar barang dagangannya, hal ini mempengaruhi pemanfaatan ruang para pedagang sehingga sebagian pedagang tersebar di pinggir jalan agar dapat diakses dengan mudah oleh para konsumen.

Sedangkan permasalahan yang timbul sesudah relokasi salah satu sepiunya pasar terubuk dari pengunjung atau pembeli yang terlihat dari kondisi pasar terubuk yang kurang strategis sehingga membuat pasar terubuk sangat sepi. Tetapi setelah peneliti banyak mewawancarai beberapa pedagang, menurut para

pedagang pasar terubuk ada hari-hari tertentu yang ramai pasar pada umumnya hanya ada beberapa pembeli atau pengunjung.

Dari tabel diatas dalam bentuk pertanyaan permasalahan yang timbul pada saat berdagang dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menjawab ada adalah sebanyak 124 responden, selanjutnya yang menjawab tidak adalah sebanyak 71 responden. 63,6 %dari 124 responden menjawab ada 36,4% dari 71 menjawab tidak dengan jumlah 195 reponden.

Sedangkan sebelum relokasi dalam bentuk pertanyaan permasalahan yang timbul pada saat berdagang dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menjawab ada adalah sebanyak 98 responden, selanjutnya yang menjawab tidak adalah sebanyak 97 responden. 50,3 %dari 98 responden menjawab ada 49,7% dari 97menjawab tidak dengan jumlah 195 reponden.

5.2.2 Dampak Ekonomi

Terlihat dari pasca relokasi dampak dari segi sosial seperti pada Tabel berikut :

1. Lokasi berjualan dikenakan biaya retribusi

Tabel 5.14 Lokasi Berjualan Dikenakan Biaya Retribusi

Pertanyaan		Opsi Jawaban				Jumlah
		Ada	%	Tidak	%	
Apakah lokasi yang bapak/ibu/saudara/i pakai untuk berjualan dikenakan biaya retribusi	Sebelum	195	100%	0%	0	195
	Sesudah	195	100%	0%	0	195

Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Pajak retribusi pasar ini ada yang dibayar harian dan ada pula dengan sistem bulanan. Bagi para pedagang yang tidak mempunyai tempat berjualan tetap maka dikenakan pajak harian. Sedangkan yang menempati tempat permanen atau los tetap maupun kios-kios dikenakan pajak perbulanan. Selain pajak tempat, bagi para pedagang di tarik dana kebersihan dan jaga malam, namun dana ini hanya dibebankan bagi para pedagang yang menempati kios-kios saja. Apalagi kondisi pasar tradisonal ini semakin hari semakin kurang terawat bangunannya sangat memerlukan perbaikan dan pengembangan oleh pengelola pasar.

2. Dana retribusi sebelum relokasi yang harus di bayarkan

Tabel 5.15 Dana Retribusi Sebelum Relokasi

No	Dana Retribusi	Titik Tengah Interval (xi)	Frekuensi (f)	Frekuensi interval (f.xi)
1	0 – 69999	34999,5	103	3604948,5
2	70000 – 139999	104999,5	68	7139966
3	140000-199999	169999,5	24	4079988
			195	14824902,5

Sumber : hasil penelitian, 2017

Dari tabel diatas dalam bentuk pertanyaan tentang dana retribusi yang harus di bayarkan dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab 0 - 69999 adalah sebanyak 103 responden, selanjutnya yang menjawab 70000 - 139999 adalah sebanyak 68 responden. Sedangkan yang menjawab 140000-199999 adalah sebanyak 24 respoden.

3. Dana retribusi sesudah relokasi yang harus di bayarkan

Tabel 5.16 Dana retribusi Sesudah Relokasi

No	Dana Retribusi	Titik Tengah Interval (xi)	Frekuensi (f)	Frekuensi interval (f.xi)
1	0 – 69999	34999,5	45	1574977,5
2	70000 – 139999	104999,5	70	7349965
3	140000-199999	169999,5	80	13599960
			195	22524902,5

Sumber : hasil analisis, 2017

. Dari tabel diatas dalam bentuk pertanyaan tentang dana retribusi yang harus di bayarkan dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab 0 - 69999 adalah sebanyak 45 responden, selanjutnya yang menjawab 70000 - 139999 adalah sebanyak 70 responden. Sedangkan yang menjawab 140000-199999 adalah sebanyak 80 respoden. Dana retribusi di pungut oleh pihak instansi, dana tersebut dapat dikelola oleh pemerintah untuk kenyamanan pasar terubuk.

4. Omzet penjualan

Tabel 5.17

Omzet Penjualan Sebelum di Relokasi

No	omzet penjualan	Titik Tengah Interval (xi)	Frekuensi (f)	Frekuensi interval (f.xi)
1	0-499.999	249999,5	30	7499985
2	500.000-549.99	1.049.999	15	15749985
3	550.999-1.049.999	1.600.998	38	60837924
4	1.050.000-1.549.999	2.599.999	28	72799972
5	1.550.000-1.999.999	3.549.999	27	95849973
6	2.000.000-2.499.999	4.499.999	24	107999976
7	2.500.000-2.999.999	5.499.999	20	109999980

No	omzet penjualan	Titik Tengah Interval (xi)	Frekuensi (f)	Frekuensi interval (f.xi)
8	3.000.000-3.499.999	6.499.999	5	32.499.995
9	3.500.000-3.999.999	7.499.999	5	37499995
10	4.000.000-4.499.999	8.499.999	3	25499997
			195	566237782

Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Tabel 5.18

Omzet Penjualan Sesudah di Relokasi

No	Omzet penjualan	Titik Tengah Interval (xi)	Frekuensi (f)	Frekuensi interval (f.xi)
1	0-499.999	24999,5	44	1099978
2	500.000-549.999	1.049.999	48	50399952
3	550.999-1.049.999	1.600.998	32	51231936
4	1.050.000-1.549.999	2.599.999	25	64999975
5	1.550.000-1.999.999	3.549.999	16	56799984
6	2.000.000-2.499.999	4.499.999	11	49499989
7	2.500.000-2.999.999	5.499.999	9	49499991
8	3.000.000-3.499.999	6.499.999	6	38999994
9	3.500.000-3.999.999	7.499.999	2	14999998
10	4.000.000-4.499.999	8.499.999	2	16999998
			195	394531795

Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Dari hasil pengamatan dan penelitian diatas menunjukkan perubahan keuntungan dan omzet diantara pedagang. Hal itu juga menunjukkan bahwa pedagang mengalami penurunan omzet jualannya. Penurunan keuntungan lebih besar dibandingkan dengan penurunan omzet, hal ini menunjukkan bahwa pedagang lebih memilih pasar yang lama. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang

tidak benar-benar meninggalkan pasar terubuk karena untuk kebutuhan sehari-hari mereka.

Hal ini dapat diketahui dari 195 pedagang responden yang di wawancara dan mengisi kuesioner hanya 4 pedagang yang mengatakan bahwa pasar terubuk begitu berpengaruh untuk dagangannya karena pedagang tersebut beranggapan bahwa yang menyebabkan penurunan keuntungan tersebut adalah semakin meningkatnya persaingan antar pedagang, baik dari segi lokasi yang kurang strategis, kualitas dan harga.

Jika di bandingkan tabel sebelum dan sesudah relokasi menunjukkan terjadi penurunan omzet atau penurunan terhadap pedagang sebesar 30% yakni sebesar Rp. 171,705,987 pasca relokasi ke Pasar Terubuk.

5. Memasarkan barang dagangan yang di perdagangkan

Tabel 5.19
Memasarkan Barang Dagangan Yang di Perdagangkan

Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Pedagang Pasca Relokasi Pasar Tradisional Pelita ke Pasar Terubuk	Pertanyaan		Opsi Jawaban				jumlah
			Didasarkan di lapak dan ditawarkan secara lisan	Membuat daftar harga setiap barang yang di perdagangkan			
Dampak Ekonomi	bagaimana cara bapak/ibu/saudara/ i memasarkan barang dagangan yang perdagangkan	sebelum	195	100%	0	0%	195
		sesudah	195	100%	0	0%	195

Sumber : hasil penelitian, 2017

Berdasarkan hasil observasi dan penyebaran angket terhadap 195 orang pedagang yang menjadi sasaran penelitian ini, dapat dikemukakan bahwa 100% yang menjawab Didasarkan di lapak dan ditawarkan secara lisan.

6. Barang dagangan diual ditempat lain

Tabel 5.20

Barang Dagangan di Jual di Tempat Lain

Dampak sosial ekonomi terhadap pedagang pasca relokasi pasar tradisional pelita ke pasar terubuk	Pertanyaan	Opsi jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
Dampak ekonomi	apakah barang dagangan bapak/ibu/saudara/i tidak dijual tempat lain	12 (6,2%)	186 (93,8%)	195

Sumber: hasil penelitian, 2017

Dari tabel diatas dalam bentuk pertanyaan apakah barang dagangan bapak /ibu tidak dijual tempat lain dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab Ya adalah sebanyak 12 responden, selanjutnya yang menjawab Tidak adalah sebanyak 186 responden. 6,2 %dari 12 responden menjawab Ya. 93,8% dari 186 menjawab Tidak dengan jumlah 195 reponden.

7. Barang dagangan dijual dengan sistem berkeliling seandainya barang tersebut kurang laku

Tabel 5.21

**Barang Dagangan Dijual Dengan Sistem Berkeliling
Seandainya Barang Tersebut Kurang Laku**

Dampak sosial ekonomi terhadap pedagang pasca relokasi pasar tradisional pelita ke pasar terubuk	Pertanyaan	Opsi jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
Dampak ekonomi	Apakah barang dagangan bapak/ibu/saudara/i dijual dengan sistem berkeliling seandainya barang tersebut kurang laku	0 (0%)	195 (100%)	195

Sumber : Hasil Penelitian, 2017

Berdasarkan dari tabel diatas dalam bentuk pertanyaan Apakah barang dagangan bapak/ibu/saudara/i dijual dengan sistem berkeliling seandainya barang tersebut kurang laku hasil observasi dan penyebaran angket terhadap 195 orang pedagang yang menjadi sasaran penelitian ini, dapat dikemukakan bahwa 100% yang menjawab Tidak.

5.2.3 Proses Relokasi Pasar Pelita Ke Pasar Terubuk

a. Sebelum Relokasi

Dalam teori kebijakan publik, perumusan kebijakan adalah suatu komponen awal dari penerapan atau implementasi. Dalam kasus relokasi Pasar Pelita, proses perumusan kebijakan relokasi dan modernisasi Pasar Pelita telah membuat dan menghasilkan keputusan bahwa Pemerintah Kabupaten Bengkalis setuju untuk dilakukan relokasi Pasar Pelita ke Pasar Terubuk.

Ditinjau dari definisi kata relokasi yaitu pemindahan tempat atau memindahkan tempat. Relokasi merupakan salah satu kegiatan dalam kebijakan pemerintah yang mencakup bidang perencanaan tata ruang, peningkatan kesejahteraan ekonomi sosial dll. Sehingga pemerintah, khususnya pemerintah daerah memiliki hak melakukan relokasi pada sector-sektor yang dikuasai pemerintah daerah termasuk fasilitas umum seperti pasar. Dalam hal relokasi Pasar Pelita Kabupaten Bengkalis, pemerintah daerah melakukan relokasi dikarenakan menurut Pemerintah Kabupaten Bengkalis kondisi Pasar Pelita yang lama sudah tidak lagi memenuhi standar layak pasar.

Pada awalnya, rencana relokasi Pasar Pelita ini mendapat penolakan dari sebagian besar pedagang karena para pedagang merasa dengan dipindahkannya Pasar Pelita ke Pasar Terubuk akan merugikan pedagang karena daerah desa kelapapati laut tidak ramai atau padat seperti kelurahan Damon, Walaupun sebelum relokasi dijalankan telah terjadi penolakan tetapi pada akhirnya relokasi tetap berjalan karena resistensi pedagang diminimalisir oleh pengarahannya dari Pemkab Bengkalis

bahwa relokasi hanya bersifat permanen. Dari penyajian data yang telah disampaikan di atas, dapat kita pahami bahwa dalam proses sebelum relokasi adalah tahap perumusan kebijakan yang didalamnya perumusan tidak hanya melibatkan peran Pemerintah Kabupaten Bengkalis tetapi juga para pedagang Pasar Pelita, walaupun peran Pemkab Bengkalis sangat dominan dan peran pedagang hanya sebatas diberi pengarahannya atau sosialisasi untuk meredakan resistensi terhadap kebijakan relokasi pasar dikarenakan hal ini tidak lepas dari kedudukan Pasar Pelita yang memang dimiliki oleh Pemkab Bengkalis.

b. Sesudah Relokasi

Dilihat dari konsep relokasi bahwa definisi paling sederhana adalah memindahkan dari lokasi satu ke lokasi lain. Namun dalam implementasinya relokasi mencakup berbagai bidang termasuk tata ruang, dinamika sosial ekonomi maupun proses adaptasi pada hal baru. Maka diperlukan pemahaman mendalam dari konsep relokasi tidak hanya bagi pemerintah daerah tetapi juga masyarakat terutama stakeholder pasar. Ketika proses relokasi sedang berjalan, resistensi-resistensi pedagang seperti saat sebelum relokasi berlangsung sudah dapat diminimalisir oleh sosialisasi dan pengarahannya dari Pemerintah Kabupaten Bengkalis. Penolakan dan resistensi terhadap perubahan merupakan hal umum yang sering terjadi di dalam masyarakat. Permasalahan umum dalam implementasi kebijakan adalah tidak efektifnya implementasi karena penolakan-penolakan terhadap kebijakan termasuk dalam kasus relokasi Pasar Pelita. Dalam tahap dimana relokasi sedang berjalan ini penolakan dari pedagang memang tidak sebesar saat awal sebelum relokasi berjalan. Salah satu hal penting untuk

menimalisir penolakan terhadap kebijakan adalah dengan meningkatkan partisipasi stakeholder selain pemerintah dalam *policy making*. Dalam kasus relokasi Pasar Pelita sebaiknya Pemerintah Kabupaten Bengkalis perlu meningkatkan partisipasi pedagang Pasar Pelita dalam kebijakan relokasi Pasar Pelita sehingga feedback dari pedagang Pasar Pelita dapat menjadi pertimbangan dalam merelokasi pasar.

5.2.4 Temuan Dari Hasil Wawancara di Pasar Terubuk

Temuan dari studi ini menunjukkan adanya dampak dari segi sosial dan ekonomi terhadap pedagang pasar pelita secara keseluruhan. Para pedagang merasakan dengan adanya dampak sosial ekonomi semenjak mereka direlokasi dari pasar pelita ke pasar terubuk. Terlebih lagi , fasilitas yang diberikan kepada pedagang membuat para pedagang menjadi sepi dengan pembeli dan pengunjung karena tempat yang kurang strategis.

Faktor yang membuat kurang menarik perhatian masyarakat adalah tempat pasar terubuk, bisa dilihat dari bagian pasar terubuk yang tidak terlihat bahwa didalamnya ada kegiatan ekonomi jual beli barang atau pasar. Namun dari segi pembangunan pasar terubuk terlihat Asri untuk ukuran pasar tradisional.

Sebelum terjadinya relokasi ke pasar terubuk pedagang belum merasakan dampak dari segi sosial ekonomi, seperti menurut bapak junaidi salah satu pedagang sayur yang terelokasi seperti pada gambar berikut :



*Wawancara Langsung Dengan Bapak Junaidi Salah
Satu Pedagang Sayur Pasar Terubuk, 2017*

Gambar 5.10 Wawancara Salah Satu Pedagang

“Kalo sebelum pindah ke pasar terubuk dek beda banget tidak merasakan dampak seperti sekarang, tidak ada penurunan omset waktu dipasar pelita pendapatan saya selama berdagang disana bisa dikatakan lumayan. Pokoknya ya saat berdagang di pasar pelita enak aja gitu, baik-baik aja. Pemasukan ya banyak tidak pernah sepi kayak sekarang, terus persaingan juga tidak kelihatan kayak sekarang, sesama pedagang juga baik-baik aja kalau disini kan ya paling Cuma ngobrol sama yang disamping atau di depan “

Hal tersebut juga dikatakan oleh ketua organisasi pasar yaitu bapak Samsudin tentang kondisi pasar pelita sebelum direlokasi :

“Keadaan pasar pelita sebelum direlokasi mah sangat ramai ya dek dari segi pengunjung, pembeli. Pasar pelita tidak pernah sepi sama pengunjung, kukarangan dari pasar pelita ya bisa dilihat lahan parkir yang kurang memadai kalau dari segi omset atau putaran uang sehari itu

bisa mencapai puluhan juta. Hanya saja bangunan pasar pelitayang sudah cukup lama dan memang harus direvitalisasi, kalau di bilang pasar pelita termasuk pasar yang strategis karena pasar tersebut banyak dilewati angkutan umum sehingga pegunjung pun mudah untuk datang berbelanja”.

Ternyata sebelum direlokasi pedagang tidak merasakan dengan sepinya pengunjung atau pembeli, menurut pedagang pun mereka sehari selalu saja ada pembeli yang membeli barang dagangan nya di pasar pelita. Putaran uang seluruh pedagang sehari mencapai 300 juta ketika di pasar pelita, tetapi jika dibandingkan dengan keadaan di pasar terubuk sekarang putaran uang para pedagang perhari kisaran hanya mencapai 180 juta. Hal tersebut pedagang merasakan perbedaan yang sangat jauh setelah direlokasi keadaan pasar terubuk tidak seperti saat mereka masih berdagang di pasar pelita. Seperti salah satu pedagang ikan yang merasakan perbedaan yang sangat jauh ketika setelah direlokasi.



Sumber :Hasil Wawancara Langsung Dengan Bapak Efendi Salah Satu Pedagang Ikan (Hasil Penelitian 2017)

Gambar 5.11 Wawancara Salah Satu Pedagang

“Sekian lama saya berdagang di pasar pelita saya gak pernah merasakan yang namanya sepi sama pengunjung atau pembeli dek. Ya paling sepi tapi masih ada gitu ya pembelinya, kalo sekarang ni pas pindah ke pasar terubuk bener-bener sepi sama pengunjung dan pembeli, kadang engga ada pembeli sama sekali. Disini juga pembelinya ada paling kalau hari libur doang ya lumayan ramai lah ya dek. Perbedaanya jauh banget deh sama di pasar pelita, omset juga disini bisa seminggu ada pemasukan tapi tidak sama sebelum direlokasi, Faktor tempat sih menurut saya”.

Dari hasil pengamatan, perbedaan yang sangat jauh ketika sebelum dan setelah direlokasi yang pedagang rasakan. Selain itu terdapat beberapa faktor yang dapat menjelaskan mengapa pedagang pasar terubuk terkena dampak sosial dan ekonomi seperti berikut :

1. Faktor tempat pasar terubuk sementara kurang strategis, jauh dari tempat jual beli dan angkutan umum.
2. Tidak adanya pengaturan harga pasti diantara sesama pedagang, sehingga pedagang yang mampu menjual lah yang bisa di datangi konsumen dan terjadilah persaingan antara pedagang. Selain itu, komunikasi atau interaksi terhadap sesama pedagang berawal kurang baik seperti bersosialisasi dengan kios-kios yang berdekatan saja. Sedangkan untuk pedagang yang kiosnya berjauhan tidak saling kenal dan berinteraksi. Sesungguhnya perilaku manusia adalah suatu fungsi dari interaksi antara individu dengan lingkungannya.

Faktor yang diatas membuat salah satu sepinga pasar terubuk dari pengunjung atau pembeli yang terlihat dari kondisi pasar terubuk yang kurang strategis sehingga membuat pasar terubuk sangat sepi. Tetapi setelah peneliti banyak mewawancarai beberapa pedagang, menurut para pedagang pasar terubuk ada hari-hari tertentu yang ramai pasar pada umumnya hanya ada beberapa pembeli atau pengunjung. Pada saat hari-hari tertentu tersebut yang membuat para pedagang mempunyai beberapa pembeli dan adanya pemasukan untuk para pedagang, ada juga yang memang tidak ada pembelinya disaat hari tertentu tersebut. Setelah peneliti mengetahui dengan adanya ramai pembeli atau pengunjung saat hari-hari tertentu, peneliti pun langsung mengamati pasar terubuk di hari yang menurut pedagang ramai pembeli.

5.3. Tersusunnya Strategi Pengembangan di Pasar Terubuk

5.3.1 Faktor Internal

Perumusan strategi terkait pengembangan pasar terubuk Kabupaten Bengkalis disamping harus diselaraskan dengan peraturan-peraturan daerah yang ada juga perlu dianalisis bagaimana peluang, kekuatan, kelemahan dan ancamannya. Berikut adalah analisis SWOT strategi pengembangan pasar terubuk Kabupaten Bengkalis:

A. Kekuatan

- ✓ Kondisi pasar terubuk yang lebih baik dari Kondisi pasar pelita
- ✓ Ketersediaan fasilitas utama dan penunjang di pasar terubuk Kabupaten Bengkalis
- ✓ Adanya regulasi/aturan yang mendukung kegiatan relokasi pemindahan pasar tradisional pelita terhadap pasar terubuk
- ✓ Titik ukur pasar percontohan Kabupaten Bengkalis

B. Kelemahan

- ✓ Terdapat beberapa fasilitas utama dan penunjang pasar terubuk dengan kondisi tidak terawatt
- ✓ Tidak adanya pengaturan harga pasti diantara sesama pedagang
- ✓ Rendahnya tingkat aksesibilitas menuju pasar terubuk (seperti:jauhnya jarak pasar terubuk kepusat kota, minimnya moda angkutan penghubung menuju pasar terubuk)
- ✓ Terbatasnya biaya atau dana operasional (seperti:biaya operasional pengawasan, biaya perawatan atau pemeliharaan)

Setelah faktor-faktor strategis internal teridentifikasi berdasarkan hasil observasi, wawancara dan kuesioner dari responden kemudian dilakukan penyusunan matriks IFAS untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.22 Matriks Internal Faktor Strategi (IFAS)
Pasar Terubuk**

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan				
1	Kondisi pasar terubuk yang lebih baik dari pasar pelita	0,16	4	0,64
2	Ketersediaan fasilitas utama dan penunjang di pasar terubuk kabupaten bengkalis	0,17	4	0,68
3	Adanya regulasi/aturan yang mendukung kegiatan relokasi pemindahan pasar tradisional pelita terhadap pasar terubuk	0,16	4	0,64
4	Titik ukur pasar percontohan kabupaten bengkalis	0,15	4	0,60
Jumlah		0,64	16	2,56
Kelemahan				
1	Terdapat beberapa fasilitas utama dan penunjang pasar terubuk dengan kondisi tidak terawat	0,08	2	0,16
2	Tidak adanya pengaturan harga pasti diantara sesama pedagang	0,09	2	0,18
3	Rendahnya tingkat aksesibilitas menuju pasar terubuk (seperti : jauhnya jarak pasar terubuk ke pusat kota, minimnya moda angkutan penghubung menuju pasar terubuk)	0,08	2	0,16
4	Terbatasnya biaya atau dana operasional (seperti : biaya operasional pengawasan, biaya perawatan atau pemeliharaan)	0,09	2	0,09
Jumlah		0,34	8	0,59

Sumber: Hasil Analisis, 2019

Berdasarkan **Tabel 5.22** matriks internal faktor strategi (IFAS) di atas dapat diketahui bahwa skor faktor kekuatan (*Strenght*) adalah 2,56 dan faktor kelemahan (*Weakness*) adalah 0,59 dengan selisih 2. Skor tertinggi yang menjadi kekuatan pada Pasar Terubuk adalah 0,68 yaitu Ketersediaan fasilitas utama dan

penunjang di pasar terubuk kabupaten bengkalis, kemudian skor tertinggi yang menjadi kelemahan pada Pasar Terubuk adalah 0,18 yaitu Tidak adanya pengaturan harga pasti diantara sesama pedagang

5.3.2 Faktor Eksternal

Dari hasil pengamatan di lapangan dan yang sudah dijelaskan tentang keadaan Taman Wisata Alam Buluh Cina maka dapat ditentukan faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman pada unsur-unsur SWOT sebagai berikut:

C. Peluang

- ✓ Potensi jumlah angkutan umum yang wajib melewati setiap kawasan termasuk kawasan perdagangan dan jasa
- ✓ Besarnya antusiasme stakeholder yang terkait relokasi pasar pelita menuju pasar terubuk
- ✓ Kemudahan dalam melakukan koordinasi dengan pihak pedagang dalam merelokasi pasar pelita menuju pasar terubuk

D. Ancaman

- ✓ Kondisi pasar sepi pengunjung atau pembeli
- ✓ Rendahnya minat masyarakat membeli bahan pokok di pasar terubuk
- ✓ Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap manfaat pentingnya pasar sebagai sumber pendapatan asli daerah

**Tabel 5.23 Matriks Eksternal Faktor Strategi (EFAS)
Pasar Terubuk**

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang				
1	Potensi jumlah angkutan umum yang wajib melewati setiap Kawasan termasuk Kawasan perdagangan dan jasa	0,20	3	0,60
2	Besarnya antusiasme stakeholder yang terkait relokasi pasar pelita menuju pasar terubuk	0,22	4	0,88
3	Kemudahan dalam melakuka kordinasi dengan pihak pedagang dalam merelokasikan pasar pelita menuju pasar terubuk	0,23	4	0,93
Jumlah		0,65	11	2,41
Ancaman				
1	Kondisi pasar sepi pengunjung dan pembeli	0,12	2	0,24
2	Rendahnya minat masyarakat membeli bahan pokok di pasar terubuk	0,13	2	0,26
3	Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap manfaat pentingnya pasar sebagai sumber pendapatan asli daerah	0,11	2	0,22
Jumlah		0,36	6	0,72

Sumber: Hasil Analisis, 2019

Berdasarkan **Tabel 5.23** matriks eksternal faktor strategi (EFAS) di atas dapat diketahui bahwa skor faktor peluang (*Opportunities*) adalah 2,41 dan faktor ancaman (*Threats*) adalah 0,72 dengan selisih 1,69. Skor tertinggi yang menjadi peluang pada pengembangan pasar terubuk adalah 0,93 yaitu kemudahan dalam melakukan kordinasi, kemudian skor tertinggi yang menjadi ancaman pada pengembangan pasar terubuk adalah 0,26 yaitu rendahnya minat masyarakat membeli bahan pokok di pasar terubuk.

5.3.3 Matriks Posisi

Setelah melakukan perhitungan skala dari masing-masing faktor internal maupun eksternal kemudian dianalisis dengan menggunakan matriks posisi.

Matrik ini digunakan untuk melihat posisi strategi yang tepat bagi pengembangan Pasar Terubuk.

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai IFAS sebesar 3,15 dengan nilai faktor kekuatan 2,56 dan nilai faktor kelemahan 0,59 sehingga diperoleh selisih sebesar 2 dan nilai EFAS sebesar 3,13 dengan nilai faktor peluang 2,41 dan nilai faktor ancaman 0,72 sehingga diperoleh selisih sebesar 1,69. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut dapat digambarkan pada matriks posisi dalam diagram SWOT berikut:



Gambar 5.12 Diagram Analisis SWOT

Dari gambar diagram analisis SWOT di atas menunjukkan bagaimana Pemerintah Kabupaten Bengkalis mempunyai strategi dalam menghadapi berbagai permasalahan dalam lingkungan internal ataupun eksternal dan mengatasi permasalahan pengembangan Pasar Terubuk.

5.3.4 Analisis Matriks SWOT Atau Pemaknaan Strategi

Analisis pemaknaan strategi atau matrik SWOT merupakan bahan pencocokan untuk menghasilkan alternatif strategi yang cocok dilakukan pemerintah dengan melibatkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang sudah ditetapkan menggunakan matriks IFAS dan EFAS. Strategi yang dihasilkan merupakan pencocokan atau penggabungan dari faktor kekuatan dan faktor peluang (S-O), faktor kelemahan dengan faktor peluang (W-O), faktor kekuatan dengan faktor ancaman (S-T), dan faktor kelemahan dengan ancaman (W-T).

Tabel 5.2 Matriks SWOT

		Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
External	Internal	<ul style="list-style-type: none"> - Kondisi pasar terubuk yang lebih baik dari kondisi pasar pelita - Ketersediaan fasilitas utama dan penunjang di pasar terubuk Kabupaten Bengkalis - Adanya regulasi/aturan yang mendukung kegiatan relokasi pemindahan pasar tradisional pelita terhadap pasar terubuk - Titik ukur pasar percontohan Kabupaten Bengkalis 	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat beberapa fasilitas utama dan penunjang pasar terubuk dengan kondisi tidak terawat - Tidak adanya pengaturan harga pasti diantara sesama pedagang - Rendahnya tingkat aksesibilitas menuju pasar terubuk (seperti: jauhnya jarak pasar terubuk ke pusat kota, minimnya moda angkutan penghubung menuju pasar terubuk) - Terbatasnya biaya atau dana operasional (seperti: biaya operasional pengawasan, biaya perawatan atau pemeliharaan)
	Peluang (Oppurtunities)	S – O	W – O
	<ul style="list-style-type: none"> - Potensi jumlah angkutan umum yang wajib melewati setiap kawasan termasuk kawasan perdagangan dan jasa - Besarnya antusiasme stakeholder yang terkait relokasi pasar pelita menuju pasar terubuk - Kemudahan dalam melakukan koordinasi dengan pihak pedagang dalam merelokasi pasar pelita menuju pasar terubuk 	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan sarana prasarana utilitas pasar terubuk Kabupaten Bengkalis - Melakukan koordinasi antar pengelola pasar, instansi terkait dan masyarakat guna peningkatan omset pendapatan pasca relokasi dari pasar pelita ke pasar terubuk - Pengelola pasar berkoordinasi dengan pemerintah daerah untuk menginstruksikan kepada para pedagang agar mengisi tempat berjualan yang masih kosong di pasar terubuk 	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan koordinasi antara pedagang, pengelola pasar, dan pemerintah daerah Kabupaten Bengkalis - Pengelola pasar bekerjasama dengan pemerintah daerah untuk melakukan promosi dengan memasang instrumen alat komunikasi pemasaran berupa plang atau petunjuk arah ke pasar terubuk - Menambahkan relasi dengan pihak luar guna meningkatkan pendapatan omset pedagang pasar terubuk - Pemerintah Daerah memberikan pelatihat yang bersifat <i>soft skill</i> untuk peningkatan kualitas SDM
	Ancaman (Treaths)	S – T	W – T
	<ul style="list-style-type: none"> - Kondisi pasar sepi pengunjung atau pembeli - Rendahnya minat masyarakat membeli bahan pokok di pasar terubuk - Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap manfaat pentingnya pasar sebagai sumber pendapatan asli daerah 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan rehabilitasi atau pemeliharaan secara berkala terhadap fasilitas pasar terubuk - Menetapkan strategi harga (harga mampu bersaing dengan pedagang diluar pasar terubuk) - Melakukan pemeriksaan rutin terhadap kualitas pasar terutama pasar terubuk pasca relokasi dari pasar pelita 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pengawasan rutin untuk meminimalisir ketidakpatuhan pedagang pasar terubuk - Memperbaiki fasilitas utama dan penunjang pasar terubuk - Memperhatikan kualitas pelayanan terhadap pembeli di pasar terubuk - Mensosialisasikan pentingnya pasar terubuk pasca relokasi dari pasar pelita

Sumber: Analisis Tahun, 2017

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan dilandaskan pada tujuan strategi pengembangan pasar terubuk Kabupaten Bengkalis, maka upaya yang dapat dilakukan dijabarkan sebagai berikut :

1. Peningkatan sarana prasarana utilitas pasar terubuk Kabupaten Bengkalis
2. Melakukan koordinasi antar pengelola pasar, instansi terkait dan masyarakat guna peningkatan omset pendapatan pasca relokasi dari pasar pelita ke pasar terubuk
3. Pengelola pasar berkoordinasi dengan pemerintah daerah untuk menginstruksikan kepada para pedagang agar mengisi tempat berjualan yang masih kosong di pasar terubuk
4. Melakukan rehabilitasi atau pemeliharaan secara berkala terhadap fasilitas pasar terubuk
5. Menetapkan strategi harga (harga mampu bersaing dengan pedagang diluar pasar terubuk)
6. Melakukan pemeriksaan rutin terhadap kualitas pasar terutama pasar terubuk pasca relokasi dari pasar pelita
7. Meningkatkan koordinasi antara pedagang, pengelola pasar, dan pemerintah daerah Kabupaten Bengkalis
8. Pengelola pasar bekerjasama dengan pemerintah daerah untuk melakukan promosi dengan memasang instrumen alat komunikasi pemasaran berupa plang atau petunjuk arah ke pasar terubuk
9. Menambahkan relasi dengan pihak luar guna meningkatkan pendapatan omset pedagang pasar terubuk

10. Pemerintah Daerah memberikan pelatihan yang bersifat *soft skill* untuk peningkatan kualitas SDM
11. Melakukan pengawasan rutin untuk meminimalisir ketidakpatuhan pedagang pasar terubuk
12. Memperbaiki fasilitas utama dan penunjang pasar terubuk
13. Memperhatikan kualitas pelayanan terhadap pembeli di pasar terubuk
14. Mensosialisasikan pentingnya pasar terubuk pasca relokasi dari pasar pelita



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi yang menggerakkan kehidupan ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli. Perpindahan pedagang dari Pelita ke Terubuk memunculkan berbagai macam pendapat dan dampak yang timbul. Berdasarkan pembahasan yang peneliti paparkan pada BAB V maka peneliti dapat menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang peneliti simpulkan sebagai berikut:

6.1.1. Kondisi bangunan di Pasar Terubuk sebagian besar mengalami kerusakan atau tidak terawat.

Kondisi fisik bangunan pasar tradisional yang terdapat di kabupaten bengakalis sebagian tidak terawat dengan baik. Berdasarkan hasil penelitian kondisi pasar di kabupaten bengakalis adalah: adapun untuk kondisi kamar kecil/wc sebagian tidak terawat atau secara fungsi tidak dapat digunakan , saluran pembuangan air tidak lancar, saluran hidran pemadam kebakaran tidak aktif, jaringan listrik yang ada didalam pasar tidak tertata dengan rapi, kondisi keamanan belum sepenuhnya aman, kebersihan belum terpelihara serta zoning komoditi belum berjalan.

6.1.2. Dampak sosial relokasi Pasar pada pedagang dari pelita ke Terubuk.

Adanya penetapan relokasi pasar yang baru menjadikan berbagai macam dampak yang muncul baik dampak sosial maupun ekonomi. Perpindahan pasar ini menuntut pedagang untuk cepat pula dalam tahap penyesuaian dengan pedagang dan lokasi pasar yang baru ini. Dampak sosial yaitu terbukanya lapangan pekerjaan baru seperti adanya tukang parkir, petugas kebersihan, petugas keamanan pasar. Segi yang lain yaitu kelengkapan fasilitas umum seperti bangunan tempat air siap minum, mushola Wc, Pedagang harus beradaptasi untuk menghadapi hal yang baru pula seperti dampak ekonomi yang timbul seperti penurunan pendapatan rata-rata meskipun lambat-laun pendapatan itu perlahan kembali pulih seiring dengan berjalannya waktu.

6.1.3. Terdapat tiga Tersusunnya strategi pengembangan di pasar terubuk :

- a. Peningkatan kualitas pelayanan pasar
- b. Peningkatan kualitas sarana dan prasarana pasar
- c. Pengaturan PKL di sekitar pasar tradisional

6.2 Saran

Peneletian tentang dampak Sosial Relokasi Pasar pada Pedagang Dari pasar pelita ke pasar terubuk menjadikan dasar untuk memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pedagang

Demi terciptanya keadaan yang damai dan nyaman, maka untuk pedagang harus lebih bisa berinteraksi dengan pedagang-pedagang yang lain. Harapannya dengan demikian tercipta hubungan yang baik antara pedagang,serta tetap menjaga kebersihan lingkungan.

2. Bagi Pemerintah

Lebih memperhatikan perkembangan pasar agar bisa mengetahui dampak yang ditimbulkan setelah relokasi bagi pedagang. Demi terciptanya pasar yang lebih kondusif dan tata letak yang selalu rapi, Pemerintah Kabupaten Bengkalis memperhatikan tempat dan kenyamanan bagi pedagang agar selalu dapat menarik para pengunjung.

3. Bagi pengelola pasar

Tidak selamanya pendekatan personal itu dapat menyelesaikan masalah dengan sempurna. Oleh karena itu, harus di imbangi dengan sosialisasi tentang peraturan-peraturan baik (PERDA) Peraturan Daerah maupun (PERKAB) Peraturan Kabupaten dan undang-undang yang menyangkut tentang tata tertib di Pasar Terubuk. Sehingga harapannya tidak terjadi kesalahpahaman di dalam pelaksanaan kesehariannya.

4. Bagi akademik

Memberikan motivasi kepada mahasiswa untuk melakukan penelitian tentang dampak sosial di bidang dampak sosial yang lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Wijaya (2010), Dampak pengurangan subsidi BBM terhadap kondisi ekonomi masyarakat,
- Achmad, Sobirin (2007). *Budaya Organisasi Pengertian, Makna dan Aplikasinya Dalam Kehidupan Organisasi*.
- Amir, M.S. 2003. *Seluk Beluk dan Teknik Perdagangan Luar Negeri Seri Umum No. 2*. PT. Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta.
- Andreas Yuniman Tjandra dan Marinus Wahjudi. 2006. *Analisa Perkembangan Pasar Tradisional Studi Komparatif Terhadap Pengguna Ruang Komersial*
- Bafadal, Ibrahim. 2003. *Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah Dasar Dari Sentralisasi Menuju Desentralisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, 2002, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi 3, Penerbit Liberty
- Basrowi dan Siti Juariyah. 2010. *Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Dan Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Srigading, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur*. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*. Vol 7 No 1 April 2010
- Bertrand, Alvin. 1980. *Sosiologi, Kerangka Acuan, Metode Penelitian, Teori-teori tentang Sosiologi, Kepribadian dan Kebudayaan*.
- Blake, R.R., & Mouston, J.S.. 2008. *pengembangan organisasi*. Houston. Houston, TX: Gulf Publishing Company.
- Bryson. 2004. *Strategic training for public and nonprofit organization*. Jose bass. San Francisco.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Bielefeld: PT Raja Grafindo Persada.

- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Frinces, Z. Heflin. (2008). *Manajemen, Konsep Membangun Sukses*. Yogyakarta: Mida Pustaka
- Indriantoro, Nur dan Supomo, B. (2000). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2000. Jakarta: Balai Pustaka.
- KBBI, 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*.
- Kertajaya, Hermawan. (2006). *Seri 9 elemen marketing Hermawan Kertajaya on selling*. Jakarta : Mizan
- Kotler, Philip. 2005. *Manjemen Pemasaran*. Jilid II. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip. dan Kevin, L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12, Jilid 1. PT. Indeks, Jakarta
- Losch, August. 1954. *Economic of Location*. John Wiley & Sons, Inc. New York
- Purwanto, F.P.D. (2012). “Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah (PAD), dan Dana Alokasi Umum (DAU) terhadap Belanja Modal (Studi Kasus pada Kabupaten dan Kota di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2008-2011)”. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Santoso. 2009. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Bandung
- Schein. Edger H. 2003. *Organizational Culture and Leadership*. San Fansisco: Jossey Bass.
- Sinaga, P. 2004. *Makalah Pasar Modern VS Pasar Tradisional*. Kementrian Koperasi dan UKM. Jakarta.
- Sinaga, s. (2004). *Dampak sosial kebijakan pemda dki jakarta tentang Relokasi pedagang kaki lima di lokasi binaan studi kasus di lokasi*

- Binaan paal merah jakarta pusat. Jakarta: universitas indonesia.
- Soekanto, Soerjono. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Soekanto, S. (2010). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sinaga Pariaman. 2004. Pasar Modern VS Pasar Tradisional. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Stice dan Skousen. 2007. Akuntansi Intermediate. Edisi Keenam Belas. Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. Manajemen Jasa. Yogyakarta.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. 2005. Manajemen Publik. Jakarta : Grasindo.
- Widayatun, 2009. *Peningkatan pendapatan masyarakat. Ilmu Perilaku M.A.104*.
- Wijaya. 2010. "Is Job Insecurity Changing The Psychological Contract", *Personnel Review*, Vol.29, No.6.
- Zunaidi, M., (2013), " Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Pasca Relokasi dan Pembangunan Pasar Moder", *Jurnal Sosiologi Islam*, vol. 3, no.1, hal 51- 64.
- Peraturan Undang-undang :
- Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2010 tentang Tatacara Penanganan Perkara.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, pada bagian pertama penataan pasar Tradisional.
- Perda No. 02/2009 Bab I mengenai Toko Modern Peraturan Bupati Tentang Tata Cara Perizinan dan Pemungutan Retribusi Pelayanan Pasar

Keputusan Menteri Kesehatan Republic Indonesia No.519 tahun 2008 tentang pedoman penyelenggaraan pasar sehat, (2008).

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah





UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS TEKNIK

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: teknik@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor: *0255* /A-UIR/5-T/2019

Fakultas Teknik Universitas Islam Riau menerangkan bahwa Mahasiswa/i dengan identitas berikut:

NAMA	BASTIAN MAULANA
NPM	12 341 0126
PROGRAM STUDI	TEKNIK PWK

Judul Skripsi:

DAMPAK SOSIAL EKONOMI TERHADAP PEDAGANG PASCA
RELOKASI PASAR TRADISIONAL KE PASAR TERUBUK DI
KECAMATAN BENGKALIS.

Dinyatakan Bebas Plagiat karena hasil Turnitin menunjukkan angka *Similarity Index* < 30% pada setiap subbab naskah skripsi yang disusun. Demikian surat keterangan ini di buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 1 Agustus 2019 M
29 Zulqaidah 1440 H

Wakil Dekan,
Bidang Akademik FT-UIR



[Signature]
Dr. Kurnia Hastuti, ST., MT
NPK. 99 05 02 281