

## **EFEKTIVITAS RELOKASI PASAR DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR BADUNG**

**Ni Made Dian Utari<sup>1</sup>  
I Ketut Sudiana<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
e-mail: dianutarii08@gmail.com

### **ABSTRAK**

Pasar Badung adalah salah satu pasar tradisional di Kota Denpasar yang memiliki jumlah pedagang terbanyak. Pasar Badung telah mengalami musibah kebakaran bulan Pebruari 2016 lalu. Pemerintah melakukan kebijakan relokasi atau perpindahan lokasi pasar ke Eks Supermarket Tiara Grosir Br. Balun Denpasar. Tujuan penelitian ini adalah untuk: 1) efektivitas relokasi pasar Badung yang dilihat dari indikator input, proses dan output, 2) untuk mengetahui pendapatan pedagang pasar Badung sesudah dan sebelum terjadinya relokasi pasar, 3) untuk mengetahui pendapatan pedagang pasar Badung sesudah terjadinya relokasi pasar. Penelitian ini dilakukan di Eks Supermarket Tiara Grosir. Sampel penelitian ini berjumlah 93 responden. Metode yang digunakan pada penelitian ini antara lain observasi, wawancara terstruktur, dan wawancara mendalam. Penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif guna melihat kecenderungan persepsi responden dan uji statistik inferensia yaitu uji beda dan uji *wilcoxon*. Berdasarkan hasil analisis diperoleh terjadi tingkat keberhasilan relokasi Pasar Badung dilihat dari variabel input, variabel proses, dan variabel output di Supermarket Eks Tiara Grosir tergolong cukup efektif. Pendapatan pedagang pasar menurun setelah relokasi pasar dilakukan. Dari hasil yang diperoleh, diharapkan untuk mempercepat penyelesaian Pasar Badung agar para pedagang yang mengalami relokasi pasar dapat segera menempati kembali Pasar Badung dan pendapatan pedagang pasar Badung kembali normal.

**Kata Kunci:** *efektivitas, relokasi, pendapatan*

### **ABSTRACT**

*Badung market is one of the traditional market in Denpasar which has the highest number of traders. Badung market has experienced a fire accident in February 2016 ago. The government made the relocation policy or market dislocations to Ex Tiara Wholesale Supermarket Br. Balun Denpasar. The purpose of this study are to: 1) the effectiveness of market relocation Badung seen from indicators of input, process and output, 2) to assess income market traders Badung before and after the relocation of the market, 3) to assess income market traders Badung after the relocation of the market. This research was conducted in Ex Tiara Wholesale Supermarket. Samples of*

*this research were 93 respondents. The method used in this study include observation, structured interviews, and in-depth interviews. This research using descriptive statistical tests to see the trends of respondents' perception and inferential statistical test that is different test and Wilcoxon test. Based on the results obtained by analysis of the success rate of relocation occurs Badung Market seen from the input variables, process variables and output variables in Ex.Tiara Wholesale Supermarket is quite effective. Revenues decreased market traders after the relocation market do. From the results obtained, it is expected to accelerate the completion of Badung market that traders who are relocating the market may soon reoccupy Pasar Badung and earnings Badung market traders back to normal*

**Keywords:** *effectiveness, relocation, revenue*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan ekonomi suatu wilayah tergantung dari kegiatan ekonomi, dimana kegiatan tersebut ditentukan dengan permintaan barang dan jasa maka dari itu kegiatan ekonomi suatu wilayah erat kaitannya dalam mempertemukan permintaan dan penawaran, pada suatu lokasi kegiatan yaitu pasar. Pasar adalah tempat dimana penjual dan pembeli bertemu dengan terjadinya proses tawar menawar. Transaksi yang dilakukan merupakan kesepakatan didalam melakukan kegiatan jual beli yang memiliki syarat dengan adanya barang yang di perjual belikan, dimana terdapat pedagang dan pembeli yang melakukan kesepakatan diantara harga dan jumlah barang, dan juga tidak terdapat paksaan dari pihak manapun.

Perekonomian suatu daerah, terdiri dari sektor-sektor yang memperlihatkan tingkat pertumbuhan ekonomi yaitu sektor formal dan sektor informal. Hart (1973) setelah melakukan penelitian ia mengemukakan bahwa kesempatan mendapatkan penghasilan di perkotaan dimana dapat dibagi menjadi kegiatan formal dan informal. Pada masing-masing kegiatan tersebut dapat dibedakan menjadi berbagai kategori berdasarkan pada kegiatan yang dilakukan individu, jumlah pendapatan dan

pengeluaran yang ada dalam perekonomian perkotaan. Perbedaan pada sektor formal dan sektor informal dapat dilihat dari hubungan dengan perusahaan, jam kerja, keteraturan cara kerja serta keterikatan badan hukum. Sektor formal keberadaannya lebih kecil dari sektor informal, pada sektor formal memerlukan ijin dan permodalan yang cukup besar dan dengan persyaratan lain yang diperlukan untuk pendiriannya. Sektor informal umumnya usaha dengan permodalan yang tergolong kecil, ruang lingkup serta pengembangan usaha yang terbatas dan sedikit sektor informal yang menerima proteksi secara resmi dari pemerintah. Peran pemerintah sangat penting salah satunya untuk terus berperan aktif dalam memberikan bantuan-bantuan modal, yang memiliki prinsip tak hanya mengatasi permasalahan permodalan pedagang kecil (Yukhe, 2013). Putra (2014) menyatakan bahwa peran serta pemerintah juga penting dalam hal peningkatan *soft skills* dari para pedagang, seperti misalnya pelatihan kewirausahaan.

Sektor usaha ini juga mampu diangkat sebagai suatu kegiatan atau pekerjaan untuk menghasilkan pendapatan masyarakat. Usaha berdagang adalah salah satu usaha yang dapat menghasilkan pendapatan bagi masyarakat yang banyak ditemui di setiap daerah, salah satunya usaha yang dijalankan masyarakat adalah berdagang dalam pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan salah satu program pemerintah dalam mendorong usaha-usaha kecil dan menengah yang terdapat di masyarakat (Dwi Endah, 2011). Pasar tradisional merupakan pasar yang mempunyai aktivitas jual beli yang sederhana, dimana terjadi proses tawar-menawar dengan menggunakan alat pembayaran berupa uang tunai. Sukei (2008), menyatakan bahwa pasar tradisional

yaitu pasar yang dibangun dan dikelola pihak Pemerintah, Swasta, Koperasi atau Swadaya Masyarakat dengan tempat usaha berbentuk toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh Pedagang Kecil Menengah dan Koperasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil serta dengan melalui proses jual beli dan tawar-menawar. Pasar tradisional sebagai salah satu pusat pembangunan perekonomian, yang diharapkan mampu untuk terus berkembang menghadapi dunia persaingan untuk merebut konsumen, dimana saat ini pasar tradisional juga harus bersaing dengan pasar modern dan usaha ritel dimana keduanya merupakan usaha yang sangat diminati karena perannya yang sangat strategis (Adiyadnya, 2015).

Fransisca,dkk (2012) menyatakan bahwa di Indonesia hampir semua pasar tradisional masih berjuang dengan keadaan masalah internal mereka seperti manajemen pasar yang buruk, kurangnya pembenahan dalam struktur pasar dan masalah kebersihan. Manajemen pasar tradisional yang sudah ada tidak dapat mengatasi masalah yang sudah ada dan tidak mampu mengantisipasi perubahan yang terjadi di masyarakat dimana masyarakat saat ini menginginkan pasar yang nyaman, aman dan bersih (Febrianty, 2013). Manajemen dengan pengelolaan pasar yang tidak teratur serta infrastruktur yang tidak tertata merupakan salah satu penyebab kalahnya pasar tradisional dengan pasar modern.

Djoko M.Hartono (2015) menyatakan bahwa pasar tradisional memiliki limbah padat yang lebih banyak daripada pasar modern, namun pengelolaan limbah tersebut tidak dikelola dengan baik sehingga seringkali dapat memberikan efek negatif pada

lingkungan pasar. Menurut Alcacer (2003) bahwa lokasi usaha yang berdekatan dengan pesaing usaha, suatu perusahaan dapat melakukan strategi kompetisi total, baik dalam kepemimpinan harga maupun jasa lain yang diberikan. Seorang pengusaha semestinya dapat mengenali jumlah serta ukuran usaha lain dan situasi persaingan yang ada di daerah tersebut. Keunggulan yang dimiliki oleh pasar tradisional yaitu dengan lokasi yang strategis, area penjualan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah, dan sistem tawar menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli.

Masyarakat sampai saat ini masih banyak yang memilih berbelanja pada pasar tradisional dalam hal mencari pendapatan dan juga memenuhi kebutuhan dengan melakukan transaksi jual beli. Semakin berkembangnya jaman serta perubahan gaya hidup telah membuat daya tarik pasar tradisional menjadi menurun. Namun pasar ini, ternyata masih mampu untuk berjuang dalam bersaing di tengah banyaknya toko modern. Adanya kesamaan fungsi yang dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern dan pasar tradisional, mengakibatkan timbulnya persaingan antara keduanya. Menjamurnya berbagai pusat perbelanjaan modern dikhawatirkan akan mematikan keberadaan pasar tradisional yang merupakan salah satu ekonomi kerakyatan. Pasar tradisional identik dengan kondisi yang kumuh, kotor, dan bau sehingga memberikan dampak yang tidak nyaman bagi konsumen dalam berbelanja, ini merupakan salah satu kelemahan terbesar dari pasar tradisional, sebaliknya pusat perbelanjaan modern memberikan suasana yang nyaman serta dilengkapi pendingin ruangan dengan fasilitas

belanja yang bersih dan higienis, maka tidak salah apabila konsumen lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan modern dibandingkan pasar tradisional.

Pasar tradisional merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Defitri (2011) menyatakan bahwa PAD melalui intensifikasi dan ekstensifikasi sumber-sumber PAD dimana salah satunya berasal dari retribusi pelayanan pasar. Pasar sangat berkaitan dengan PAD karena pasar akan menunjang pembangunan perekonomian di suatu daerah sehingga keberadaan pasar tradisional harus mendapatkan perhatian yang lebih intensif dari pemerintah daerah. Menurut Rinda (2014), dengan semakin pesat berkembangnya pasar modern, mengakibatkan pasar tradisional semakin terancam keberadaannya, yang menjadi keprihatinan adalah nasib para pedagang yang memiliki modal kecil akan kalah bersaing dengan pedagang atau toko modern dengan modal besar. Modal suatu usaha sangat penting guna menunjang kelancaran operasional perusahaan (Ahiawodzi, 2012). Chu (2006) menyatakan bahwa pedagang pasar tradisional memerlukan modal usaha yang cukup besar bila ingin membeli banyak jenis barang dagangan. Situasi atau keberadaan menjamurnya toko modern seperti ini terjadi pula di Pulau Bali umumnya dan Kota Denpasar pada khususnya. Penyebab kalahnya persaingan pasar tradisional dengan pusat perbelanjaan modern adalah manajemen yang tidak teratur dan infrastruktur yang tidak tertata.

Wiboonpongse dan Sriboonchitta (2006) menyatakan bahwa pedagang tradisional mempunyai karakteristik yang kurang baik salah satunya dalam melakukan strategi perencanaan dengan terbatasnya akses permodalan yang disebabkan jaminan

yang dimiliki tidak mencukupi, tidak mempunyai kerja sama dengan pemasok besar, dan lemahnya kemampuan dalam menyesuaikan keinginan konsumen. Data menunjukkan khusus di Kota Denpasar, yang diperlihatkan pada Tabel 1. menunjukkan sebanyak 10 unit pasar tradisional yang tersebar di wilayah kota Denpasar yang masih eksis melayani masyarakat.

**Tabel 1. Jumlah Pedagang di Kota Denpasar Kurun Waktu 2008-2014**

| No | Nama Pasar   | Alamat           | Luas/m <sup>2</sup> |           | Jumlah Pedagang/orang |       |           |       |
|----|--------------|------------------|---------------------|-----------|-----------------------|-------|-----------|-------|
|    |              |                  | Tanah               | Bangunan  | Kios                  | Los   | Pelataran | Tanah |
| 1  | Kumbasari    | Jl. Gajah Mada   | 7                   | 12.572,16 | 490                   | 448   | -         | -     |
| 2  | Kreneng      | Jl. Kamboja      | 13.7                | 12.894,14 | 185                   | 672   | 43        | 46    |
| 3  | Badung       | Jl. Sulawesi     | 6.23                | 8.016     | 311                   | 1.387 | 392       | -     |
| 4  | Lokita Sari  | Jl. Thamrin      | 2.75                | 2.626     | 34                    | -     | -         | -     |
| 5  | Ketapian     | Jl. Pucuk I      | 2.2                 | 1.338     | 64                    | 154   | -         | -     |
| 6  | Anyasari     | Jl. Galunggung   | 20.9                | 4.275,35  | 347                   | 221   | 12        | 1     |
| 7  | Abiantimbul  | Jl. Imam Bonjol  | 1.47                | 577,40    | 33                    | 88    | 82        | 5     |
| 8  | Gunung Agung | Jl. Gunung Agung | 6.2                 | 1.509     | 20                    | 142   | -         | -     |
| 9  | Satrya       | Jl. Abimanyu     | 1.234               | 2.5       | 43                    | 208   | 37        | 5     |
| 10 | Sanglah      | Jl. Waturenggong | 5.227               | 3.797,40  | 122                   | 215   | 170       | 31    |

*Sumber: Perusahaan Daerah Pasar Kota Denpasar, 2015*

Berdasarkan Tabel 1. dari 10 pasar yang ada di Kota Denpasar dan beberapa pasar lainnya seperti Pasar Agung dan Pasar Anggabaya. Pasar Badung salah satu pasar yang memiliki jumlah pedagang terbanyak dengan jumlah pedagang kios sebanyak 311 pedagang, 1.387 pedagang menempati los, dan 392 pedagang menempati pelataran.

Pasar Badung merupakan pasar terbesar di kota Denpasar tentunya menjadi pusat kegiatan ekonomi. Pasar Badung salah satu pasar tradisional yang sudah sejak

jaman kerajaan masih tetap eksis hingga saat ini. Pasar Badung pada akhir Pebruari tahun 2016 terjadi musibah kebakaran yang melahap 1.600 kios dengan jumlah pedagang 1.700 (PD Pasar Kota Denpasar, 2016). Kepala PD Pasar Badung menyatakan bahwa akibat musibah kebakaran tersebut pemerintah melakukan kebijakan untuk relokasi atau perpindahan lokasi pasar. Relokasi pedagang Pasar Badung dipindahkan ke lokasi eks Supermarket Tiara Grosir Jalan Cokroaminoto. Lokasi ini dipilih karena tempat dan tanah dimiliki oleh Pemkot Denpasar dan sudah tidak dipergunakan aktivitas Tiara Grosir dan agar para pedagang Pasar Badung dapat tetap beraktivitas (Denpost, 28/09/16).

Pasar Badung adalah salah satu pasar tradisional di Kota Denpasar yang memiliki jumlah pedagang terbanyak. Pasar Badung telah mengalami musibah kebakaran bulan Pebruari 2016 lalu. Pemerintah melakukan kebijakan relokasi atau perpindahan lokasi pasar ke Eks Supermarket Tiara Grosir. Keefektivitasan dari kebijakan relokasi ini memerlukan banyak dukungan dari semua pihak terutama dari pihak pengelola pasar dan pihak pedagang yang menjadi peran utama dalam aktivitas ekonomi pasar itu sendiri. Kebijakan relokasi ditunjukkan untuk menerapkan serta mengadopsi manajemen pusat perbelanjaan modern, terutama yang berkaitan dengan penanganan kebersihan yang berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung pasar. Meningkatnya jumlah pengunjung, diharapkan juga dapat meningkatkan pendapatan pedagang (Ayuningsasi, 2010). Penurunan jumlah pedagang di lokasi baru eks Supermarket Tiara Grosir menjadi sebesar 1.191 pedagang dengan pedagang kios



sebesar 194 pedagang dan Los sebesar 997 pedagang yang sebelumnya pedagang Pasar Badung sebesar 1.700 pedagang. Penurunan ini dikarenakan beberapa pedagang Pasar Badung menolak untuk di relokasi, beberapa pedagang lebih memilih lokasi lain yang strategis untuk berjualan (Denpost, 28/09/16).

Direktur PD Pasar Badung menyatakan bahwa kondisi Pasar Badung di tempat baru sudah mulai ramai walaupun tidak seramai sebelum musibah kebakaran terjadi (Denpost,28/09/16). Jumlah pengunjung pada pasar dapat menentukan besarnya jumlah pendapatan yang diterima oleh pedagang. Osmani (2007) menyatakan bahwa semakin lama usaha perdagangan maka berpotensi terhadap peningkatan jumlah pelanggan sehingga berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan usaha. Selain itu volume penjualan barang dagangan dalam pasar juga dapat menentukan besarnya jumlah pendapatan yang diterima oleh pedagang. Volume penjualan merupakan banyak jumlah barang yang terjual dari proses transaksi yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli didalam pasar. Semakin banyak barang yang terjual, maka semakin besar pula jumlah keuntungan yang diterima sehingga pendapatan akan meningkat. Peningkatan pendapatan berpengaruh besar bagi kelancaran suatu usaha, karena pendapatan digunakan dalam kegiatan usaha (Olaitan,2006). McCawley Peter (2015) menyatakan bahwa kualitas sering tidak memuaskan karena disebabkan pemeliharaan yang buruk dan mandat acuh tak acuh pengelolaan serta masalah-masalah ini akses diperburuk oleh regulasi harga.

Astuti (2005) menyatakan bahwa volume penjualan adalah jumlah barang atau jasa yang terjual dalam jangka waktu tertentu yang dapat dinyatakan dalam satuan unit atau rupiah. Peningkatan volume penjualan maka secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi laba yang diperoleh penjual. Hal lain yang dapat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang adalah lokasi usaha dagang yang strategis, karena umumnya lokasi yang berdekatan dengan pintu masuk atau lokasi parkir akan memberikan kemudahan pada konsumen untuk berbelanja dibandingkan dengan lokasi usaha dagang yang berada di pojok atau di tengah pasar. Hal ini didukung hasil penelitian Sudha (2006) menyatakan bahwa pemilihan lokasi usaha dagang merupakan bagian yang penting dalam berdagang, sebab lokasi yang strategis dan mudah dijangkau cenderung lebih banyak memiliki pelanggan sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Widyatama (2015) menyatakan semakin dekat jarak antara konsumen dengan penjual, maka semakin besar kesempatan jual-beli yang terjadi.

Letak lokasi usaha dagang dalam pasar tradisional dianggap strategis ialah lokasi yang berada di dekat pintu masuk pasar. Pemilihan lokasi usaha yang strategis akan sangat mudah dijangkau dan usaha yang dijalankan dapat bersaing secara efektif dengan para pesaing di lokasi tersebut (Wamaliya, 2014). Selain itu karena pembeli tidak perlu jauh-jauh masuk ke bagian dalam pasar untuk berbelanja kebutuhannya dan pembeli akan merasa lebih efisien. Dewi (2012) menyatakan bahwa berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa lokasi usaha dagang berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang canang di Kabupaten Badung. Besarnya pendapatan pedagang

canang yang menempati lokasi usaha dagang di tempat strategis lebih besar dengan rata-rata pendapatan pedagang canang di tempat yang tidak strategi. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin dekat lokasi usaha dagang dengan pintu masuk pasar, maka pendapatan yang diterima akan semakin besar daripada lokasi usaha dagang yang berada pada bagian dalam pasar.

Dilihat dari kebijakan relokasi yang dilakukan pemerintah pasti memiliki kelemahan dan kendala. Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: (a) Bagaimanakah tingkat efektivitas relokasi pasar Badung? (b) Bagaimanakah perbedaan pendapatan pedagang Pasar Badung sesudah dan sebelum terjadi relokasi pasar? (c) Bagaimanakah perubahan pendapatan pedagang Pasar Badung setelah relokasi?. Berkaitan dengan rumusan masalah dapat dijabarkan beberapa tujuan penelitian yaitu: (a) Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat efektivitas relokasi pasar Badung. (b) Untuk mengetahui dan menganalisis pendapatan pedagang pasar Badung sesudah dan sebelum terjadinya relokasi pasar. (c) Untuk mengetahui perubahan pendapatan pedagang pasar Badung sesudah terjadinya relokasi pasar.

Efektivitas didalam penggunaan pendapatan merupakan sebagai salah satu tolak ukur kemajuan ekonomi masyarakat yang sering dapat digunakan dalam melihat keberhasilan suatu proses pembangunan. Sugiyono (2004) menjelaskan efektivitas adalah kesesuaian antara output dengan tujuan yang telah ditetapkan. Tingkat efektivitas digunakan untuk mengukur kemampuan pemerintah daerah dalam upaya

merealisasikan program atau kebijakan yang ditetapkan dan kemudian dibandingkan dengan target yang telah ditentukan sebelumnya.

Menurut Subagyo (2000:26), rasio efektivitas mempergunakan metode statistik sederhana dengan rumus sebagai berikut:

$$Efektivitas = \frac{Realisasi}{Target} \times 100 \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

- Efektivitas = ukuran berhasil atau tidaknya Relokasi pasar (%)
- Realisasi = pencapaian pelaksanaan relokasi pasar
- Target = seluruh anggota kelompok yang mengikuti relokasi pasar

Tingkat efektivitas relokasi pasar tradisional menggunakan kriteria efektivitas Litbang Depdagri (1991). Nilai koefisien efektivitas yang lebih kecil dari 40 persen berarti relokasi pasar yang dilakukan oleh pemerintah sangat tidak efektif. Koefisien efektivitas yang memiliki nilai 40 persen – 59,99 persen, maka ini berarti relokasi pasar yang laksanakan tidak efektif. Nilai koefisien efektivitas yang memiliki nilai 60 persen – 79,99 persen, menandakan program yang dilakukan dapat dikatakan cukup efektif, dan apabila nilai koefisien efektivitas lebih dari 79,99 persen dapat dikategorikan sangat efektif.

Kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) diterjemahkan relokasi merupakan dimana 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 didalam perencanaan dan pembangunan lokasi. Secara harafiah relokasi pasar adalah penataan ulang pada tempat yang baru atau pemindahan

dari tempat lama ke tempat yang baru. Teori lokasi adalah salah satu ilmu yang menyelidiki tata ruang kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial (Tarigan, 2005:122). Pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang ditunjukkan dalam penelitian Chintya dan Darsana (2013) mengenai “Analisis Pendapatan Pedagang Di Pasar Jimbaran, Kelurahan Jimbaran”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa lokasi usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar Jimbaran. Berdasarkan Teori Lokasi Pendekatan Pasar Losch, August Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah pengunjung atau pembeli yang datang, semakin jauh dari pasar konsumen semakin enggan berkunjung karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjualan semakin mahal (Tarigan, 2005: 101).

Relokasi pasar yang dilakukan pemerintah pada Pasar Badung setelah terjadinya musibah kebakaran tersebut didasarkan pada pertimbangan Teori Lokasi, dimana menurut Weber pemilihan suatu lokasi didasarkan pada tiga faktor yaitu transportasi, upah tenaga kerja, dan kekuatan aglomerasi atau deglomerasi. Weber menyatakan bahwa tempat dimana total biaya transportasi dan tenaga kerja yang minimum adalah identik dengan tingkat keuntungan yang maksimum. Isard dalam Tarigan (2005), menyatakan bahwa masalah lokasi merupakan penyeimbang antara biaya dengan pendapatan yang berada pada suatu situasi ketidakpastian yang berbeda-beda. Relokasi Pasar Badung yang dilakukan pemerintah ke eks supermarket tiara

grosir memiliki tujuan agar pedagang Pasar Badung yang terkena musibah kebakaran tetap bisa berjualan dan perekonomian Pasar Badung tidak terhenti.

Pasar adalah kumpulan dari seluruh pembeli dan potensial atas tawaran tertentu (Kottler, 2005). Pasar merupakan suatu institusi dimana tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, yaitu terdapat hubungan timbal balik antara penjual dan pembeli untuk mencapai kesepakatan harga terhadap suatu barang atau jasa yang akan dibeli (Paramita,2013). Pasar dimana tempat terjadinya proses pertukaran yaitu proses mendapatkan produk yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalannya kepada pihak lain. Agar potensi pertukaran dapat muncul, beberapa syarat yang harus di penuhi yaitu masing-masing pihak memiliki sesuatu yang bisa bernilai bagi pihak lain, para pihak mampu mengomunikasikan dan menyerahkan sesuatu, para pihak bebas untuk menerima atau menolak imbalan pertukaran, sekurang-kurangnya terdapat dua pihak serta masing-masing pihak yakin bahwa melakukan transaksi dengan pihak lain merupakan tindakan yang tepat dan diinginkan (Kottler, 2003).

Yustika (2000), pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual, dimana pedagang dapat menyediakan barang atau jasa untuk di jual sehingga terjadi pemindahan milik. Pengertian lain disebutkan bahwa pasar merupakan jumlah seluruh permintaan barang atau jasa oleh pembeli yang potensial. Kamus Ekonomi & Bisnis “Pasar merupakan tempat terjadinya penawaran dan permintaan antara penjual yang ingin menukarkan barang-barangnya dengan uang dan pembeli yang ini menukarkan uangnya dengan barang atau jasa” (Waluyo Hadi & Dini Hastuti, 2011:

364-365). Budiono menyatakan bahwa “Pasar adalah pertemuan antara kurva permintaan dan penawaran. Pasar yaitu di mana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli, jenis barang atau jasa yang ditransaksikan dapat berupa barang atau jasa apapun, mulai dari beras, sayur-mayur, jasa angkutan, uang, maupun tenaga kerja” (Budiono,2002:43).

Jenis pasar menurut pelayanan dan kelengkapannya antara lain pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang dikelola oleh pemerintah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, los, kios ataupun tenda yang dimiliki sendiri oleh pedagang dan dengan proses jual beli barang dengan melalui proses tawar menawar (Peraturan Presiden RI No. 112, 2007). Menurut Feinny dan Sifrit (2015), selain sebagai tempat penjual dan pembeli bertemu pasar tradisional berfungsi sebagai tujuan wisata karena menunjukkan seluruh basis areal lokal terkait produk yang dimilikinya. Pasar tradisional lebih cenderung menjual barang-barang lokal dan jarang menjual barang impor. Karena barang yang dijual pada pasar tradisional cenderung sama dengan barang yang dijual pada pasar modern, maka barang yang dijual pun memiliki kualitas yang relatif sama dengan barang-barang yang ada di pasar modern. Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya relatif sedikit dimana hal tersebut sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen.

Tujuan pokok dilakukannya usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan yang diterima

merupakan dalam bentuk uang yang merupakan alat pembayaran atau alat pertukaran (Somuelson dan Nordhaus, 1994). Somuelson dan Nordhaus (2003:264), menyatakan bahwa pendapatan menunjukkan jumlah uang yang dapat diterima oleh rumah tangga selama kurun waktu tertentu (biasanya satu tahun), pendapatan tersebut dapat terdiri dari atas upah dan gaji, dan pembayaran transfer pemerintah seperti jaminan sosial. Pendapatan pada dasarnya juga merupakan suatu balas jasa yang diterima oleh pemilik faktor produksi atas pengorbanannya dalam proses produksi (Pradipta, 2016).

Asianto (2014) menyatakan bahwa pendapatan yang diperoleh pada sektor informal sangat ditentukan oleh berbagai faktor antara lain modal, jam usaha dan pengalaman berdagang serta jenis barang dagangan (produk). Pendapatan yang diterima di sektor informal juga berbeda, hal ini yang menyebabkan perbedaan pendapatan tersebut adalah tidak sama besarnya modal kerja yang dimilikinya, juga berbeda jam usaha yang dipergunakan untuk berdagang, serta bedanya pengalaman (lamanya berdagang), dimana lama usaha sangat penting pada proses usaha perdagangan (Kuswanto, 2012) dan berbeda banyaknya jenis barang dagangan (produk) yang digelarkannya.

Lipsey menyatakan bahwa pendapatan dibagi menjadi pendapatan perorangan dan pendapatan *disposable*. Hassanah dan Danang (2013) menyatakan bahwa pendapatan nasional (*National Income*) secara definitif yaitu nilai barang dan jasa yang diperoleh oleh masyarakat dalam suatu negara, dalam waktu tertentu prinsip ini mewakili konsep Produk Domestik Bruto dan Produk Nasional Bruto. Konsep tersebut sesuai atas dasar harga berlaku yang dimana digunakan untuk melihat pergeseran dari



sebuah struktur ekonomi, sedangkan harga konstan digunakan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun.

Hafsah (2003:70), dalam bukunya menyatakan pendapatan usaha yaitu semua output yang dihasilkan dari suatu kegiatan tertentu, dalam prakteknya, mengusahakan pekerjaan tertentu menggunakan berbagai macam cara, maka hasil usaha yang di peroleh juga merupakan penjumlahan dari seluruh output yang dihasilkan. Sedangkan Nasution (2002:216), memberikan batasan bahwa pendapatan usaha dinilai dari besarnya volume usaha (omzet) yang di indikasikan dari nilai tambah bagi usahawan sebagai keikutsertaan dalam suatu kegiatan usaha atau pekerjaan tertentu. Nopirin (dalam Sri Pramana, 2013), menyatakan bahwa faktor-faktor yang menjadi penyebab terjadinya perdagangan internasional, diantaranya faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan penawaran, aktivitas tersebut terjadi di dalam negeri serta di luar negeri. Permintaan dan penawaran merupakan suatu kekuatan yang membuat ekonomi pasar bekerja dengan baik. Permintaan dan penawaran menentukan jumlah barang yang akan diperjual belikan dan harga barang itu sendiri.

Kurva permintaan menunjukkan bahwa banyaknya suatu barang yang diminta bergantung pada harganya. Menurut hukum permintaan (*law of demand*), apabila harga barang turun, maka banyaknya permintaan terhadap barang tersebut akan mengalami peningkatan. Sebaliknya bila harga mengalami kenaikan maka banyaknya permintaan terhadap barang tersebut akan menurun (*ceteris paribus*). Faktor lain yang mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang diantaranya pendapatan, harga

barang-barang substitusi dan komplementer, selera, dan jumlah konsumen. Kurva penawaran menunjukkan banyaknya suatu barang yang ditawarkan bergantung pada harganya. berdasarkan hukum penawaran (*law of supply*), jika suatu harga barang yang ditawarkan mengalami peningkatan, maka banyaknya barang yang ditawarkan akan meningkat, dan sebaliknya jika harga suatu barang mengalami penurunan maka banyaknya barang yang ditawarkan akan menurun. Oleh sebab itu, kurva penawaran semakin ke kanan akan semakin naik.

## **METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Eks. Tiara Grosir. Adapun jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data pada penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Variabel yang dianalisis pada penelitian ini adalah variabel input, proses, dan output yang digunakan untuk menentukan efektivitas relokasi pasar badung dengan teknik analisis efektivitas. Populasi penelitian ini adalah seluruh pedagang pasar badung yang mengalami relokasi ke Supermarket Eks Tiara Grosir sebesar 1.191 pedagang. Besar sampel adalah sebanyak 93 pedagang yang dihitung dengan rumus Slovin.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Proportionate Stratified Random Sampling*. Selanjutnya metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup observasi, wawancara terstruktur dan wawancara mendalam. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis efektifitas untuk menghitung tingkat efektivitas, teknik analisis uji beda wilcoxon untuk menghitung

perbedaan pendapatan sesudah dan sebelum relokasi, dan teknik analisis deskriptif untuk menghitung perubahan pendapatan sesudah relokasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektifitas pelaksanaan relokasi pasar Badung pada variabel input, dapat diuraikan sebagai berikut.

$$\text{Efektivitas Relokasi} = \frac{\text{Realisasi}}{\text{Target}} \times 100\%$$

$$\text{Efektivitas Relokasi} = \frac{85+86}{93 \times 2} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Efektivitas Relokasi} &= \frac{171}{186} \times 100\% \\ &= 91,93\% \text{ (Sangat Efektif).} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat dilihat bahwa tingkat efektivitas pelaksanaan relokasi pasar Badung ditinjau dari variabel *input* adalah sebesar 91,93 persen berada pada interval di atas 79,99 persen. Hal ini berarti tingkat efektivitas variabel *input* masuk dalam kategori sangat efektif.

Efektifitas pelaksanaan relokasi pasar Badung pada variabel proses, dapat diuraikan sebagai berikut.

$$\text{Efektivitas Relokasi} = \frac{\text{Realisasi}}{\text{Target}} \times 100\%$$

$$\text{Efektivitas Relokasi} = \frac{85+75}{93 \times 2} \times 100\%$$

$$= \frac{160}{186} \times 100\%$$

$$\begin{array}{l} \text{Efektivitas} \\ \text{Relokasi} \end{array} \quad 186$$

$$= 86,02\% \text{ (Sangat Efektif).}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat dilihat bahwa tingkat efektivitas pelaksanaan relokasi pasar Badung ditinjau dari variabel proses adalah sebesar 86,02 persen berada pada interval di atas 79,99 persen. Hal ini berarti tingkat efektivitas variabel proses masuk dalam kategori sangat efektif.

Efektivitas pelaksanaan relokasi pasar Badung pada variabel *output*, dapat diuraikan sebagai berikut.

$$\begin{array}{l} \text{Efektivitas} \\ \text{Relokasi} \end{array} = \frac{\text{Realisasi}}{\text{Target}} \times 100\%$$

$$\begin{array}{l} \text{Efektivitas} \\ \text{Relokasi} \end{array} = \frac{3+2}{93 \times 2} \times 100\%$$

$$\begin{array}{l} \text{Efektivitas} \\ \text{Relokasi} \end{array} = \frac{5}{186} \times 100\%$$

$$= 2,69\% \text{ (Sangat Tidak Efektif).}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat dilihat bahwa tingkat efektivitas pelaksanaan relokasi pasar Badung ditinjau dari variabel *output* adalah sebesar 2,69 persen berada pada interval di bawah 40,00 persen. Hal ini berarti tingkat efektivitas variabel *output* masuk dalam kategori sangat tidak efektif.

Berdasarkan hasil perhitungan efektivitas relokasi pasar Badung ditinjau dari variabel *input*, proses dan *output*, maka dapat dihitung efektivitas relokasi pasar Badung, sebagai berikut.

$$\text{Efektivitas Relokasi} = \frac{\text{Realisasi}}{\text{Target}} \times 100\%$$

$$\text{Efektivitas Relokasi} = \frac{91,93 + 86,02 + 2,69}{279} \times 100\%$$

$$= 64,74\% \text{ (cukup efektif)}$$

Tingkat efektivitas relokasi pasar Badung adalah sebesar 64,74 persen, dikategorikan cukup efektif karena berada pada interval kurang dari 79,99 persen. Hasil pembahasan ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan masih terdapat kelemahan-kelemahan pada relokasi pasar seperti pedagang masih belum merasakan manfaat dari relokasi pasar karena relokasi pasar belum dapat memberikan perubahan yang baik kepada para pedagang (Najiah,2013). Hasil uji beda normalitas *one sample kolmogorov-smirnovtest* menyebutkan bahwa hasil uji *kolmogorov-smirnov* pada pendapatan sebelum sebesar 1.51 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.021 dan hasil uji *kolmogorov-smirnov* pada pendapatan sesudah sebesar 1.13 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.159. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa pada kelompok data terdapat ketidak normalan distribusi data. Jadi metode uji yang tepat digunakan yaitu uji beda *non parametric* dengan wilcoxon test.

Analisis tingkat pendapatan pedagang pasar sesudah dan sebelum relokasi pasar yaituberdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terlaksananya relokasi pasar Badung berdampak terhadap pendapatan pedagang pasar Badung. Hal ini terlihat dari hasil uji menggunakan SPSS menunjukkan bahwa *p value* sebesar 0,000 kurang dari 0,05 dan dinyatakan signifikan. Nilai *z* sebesar -8,196 yang berarti setelah relokasi pasar terlaksana, para pedagang pasar Badung mengalami penurunan pendapatan secara

signifikan pula. Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian Rudi Laksono (2013) yang mengatakan bahwa adanya perbedaan pendapatan yang signifikan sesudah dan sebelum relokasi dimana pendapatan pedagang mengalami penurunan.

Perubahan pendapatan setelah relokasi pasar Berdasarkan hasil penelitian dilaksanakannya relokasi pasar memberi perubahan pendapatan pedagang. Rata-rata pendapatan pedagang pasar badung mengalami penurunan pendapatan setelah relokasi sebesar Rp 2.863.441 dibandingkan sebelum relokasi sebesar Rp 4.684.946 atau mengalami penurunan sebesar 39 persen. Menurunnya pendapatan pedagang pasar setelah di relokasi disebabkan oleh penurunan jumlah pengunjung pasar dan banyak terdapat pedagang yang mengalami kehilangan pelanggan setelah pedagang mengalami relokasi pasar diakibatkan jarak yang jauh dengan pasar sebelumnya. Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian wulandari (2013) yang mengatakan bahwa pedagang pasar mengalami penurunan pendapatan disebabkan berkurangnya pelanggan karena lokasi berjualan yang baru.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Efektivitas relokasi Pasar Badung tergolong cukup efektif. Hal ini dapat dilihat dari indikator-indikator, antara lain; terjadinya perubahan jumlah pengunjung pasar, dan perubahan pada pendapatan pedagang pasar Badung setelah relokasi pasar Badung dilaksanakan. Terdapat perbedaan secara signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Badung sesudah dan sebelum relokasi pasar, terbukti bahwa *p value* sebesar 0,000 kurang dari 0,05 yang berarti setelah relokasi pasar terlaksana pedagang pasar Badung

mengalami perbedaan pendapatan yang signifikan. Hasil ini menunjukkan penerapan relokasi sementara pasar Badung memberikan dampak terhadap pendapatan pedagang pasar Badung. Terdapat terjadi penurunan pendapatan pedagang pasar badung setelah relokasi pasar, hal ini disebabkan oleh penurunan jumlah pengunjung sehingga pendapatan mengalami perubahan setelah relokasi sebesar 39 persen.

Berdasarkan simpulan diatas dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut; (1) Pemerintah kota Denpasar khususnya PD pasar Kota Denpasar diharapkan untuk mempercepat penyelesaian Pasar Badung agar para pedagang yang mengalami relokasi pasar dapat segera menempati kembali Pasar Badung dan pendapatan pedagang pasar Badung kembali normal. (2) Peran petugas PD pasar Badung diharapkan lebih responsif dalam menangani keluhan pedagang pasar Eks. Supermarket Tiara Grosir, agar keperluan pedagang pasar dapat terpenuhi. Selain itu diharapkan untuk tetap berupaya semaksimal mungkin dalam peningkatan fasilitas seperti memperluas lahan parkir untuk kepentingan kenyamanan pengunjung pasar. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah pengunjung pasar yang berdampak terhadap pendapatan pedagang. (3) Pedagang pasar Badung Eks. Supermarket Tiara Grosir dapat meningkatkan kualitas barang yang dijual serta dapat meningkatkan pelayanan para pedagang agar pembeli merasa puas berbelanja sehingga pembeli akan tetap berbelanja ke pasar Badung Eks. Supermarket Tiara Grosir dan pendapatan akan meningkat.

## **REFERENSI**

- Adiyadnya, Made Sentana Putra dan Nyoman Djinar Setiawina. 2015. Analisis Tingkat Efektivitas Dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin. *E-Jurnal EP Unud*. 4 (4), pp: 265-281
- Ahiawodzi Anthony K, 2012. Acces to Credit and Growth of Small and Medium Scale Enterprises in the Ho Municipality of Ghana. *British Journal of Economics, Finance and Management Sciences* November 2012, 6(2)
- Alcacer, Juan. 2003. *Location choices across the value chain: How activity and capability influence agglomeration and competition effects*. New York : Stern School of Business New York University.
- Arsana Putra, I Gede Susila dan Made Dwi Setyadhi Mustika. 2014. Analisis Perbedaan Rata-Rata Pendapatan Pedagang Acung Pinggir Pantai Di Kecamatan Kuta Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*. 3(7) : 282-289
- Asianto, Bagus Pramodhitma.2014. Implikasi Tempat Berjualan Terhadap Tingkat Pendapatan Sektor Informal (Studi Kasus di PPS Merjosari Kecamatan Cowokwaru Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. 1(1)
- Astuti, 2005. Pengaruh Nilai Margin Pemasaran Terhadap Pendapatan Pengrajin Gula Kelapa di Desa Karang Duren, Kecamatan Tengaran, Kabupaten Semarang. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang
- Ayuningsasi, Anak Agung Ketut. 2010. Analisis Persepsi Pedagang dan Pembeli Sebelum dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*. Vol. 16. Nomor 2. Agustus. 2011
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2015. *Bali Dalam Angka Tahun 2014* : BPS Provinsi Bali.
- Basu Swastha, Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Budiono. 2002. *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPF.
- Chhapra, ilmran Umer, Asim Mash Koor, Nadem A.syeh. 2013. Changing Sugar Consumption Pattern in Pakistan an Increasing Sugar Industry Profitability. *Journal of Management and Social Sciences*. 9(1):h:01-13



- Chintya, Wuri Ajeng dan I.B.Darsana. 2013. Analisis Pendapatan Pedagang Di Pasar Jimbaran, Kelurahan Jimbaran. *E-Jurnal EP Unud*. 2 (6) 277- 283
- Dessy Febrianty. 2013. Model of Role Strengthening of Traditional Market Based on Sosial Capital in Indonesia: Study Case Beringharjo Market, Jogjakarta. *Journal of Economics and Sustainable Development*. Vol.4, pp: 155-156
- Defitri, Siska Yulia. 2011. Pengaruh Retribusi Pelayanan Pasar Terhadap Retribusi Daerah Sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Solok.*Jurnal. Jurusan Akuntansi UMMY*.
- Denpostnews.com/2016/04/19/1-mei-relokasi-pedagang-pasar-badung-ke-eks-tiara-grosir. Diakses pada tanggal 28-September-2016.
- Dewi, Tia Candra. 2015. Analisis Perilaku Pedagang Pasca Relokasi Pasar Dinoyo ke Merjosari. *Jurnal, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang*, 7(1)
- Dewi, A Istri Agung Vera. Djinar Setiawina dan IG Indrajaya. 2012. Analisis Pendapatan Pedagang Canang Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 1(1).Tahun 2012.
- Djoko M.Hartono, Gabriel Andari Kristanto, Syaiful Amin. 2015. Potential Reduction of Solid Waste Generated from Traditional and Modern Markets.*International Journal of Technology*. Vol.5. pp: 838-846.
- Dwi Endah Kusriani dan Arie Kismanto. 2011.Market Potential Research for The Revitalization of Traditional Markets (*Journal*). *Surabaya : Sepuluh Nopember Institute of Technology*
- Endrawanti, S. 2014. Dampak Relokasi Pasar Studi Kasus di Pasar Sampangan Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*. 3(1)
- F.Feinny Lumihi, Sifrit S.Pangemanan. 2015. The Influence of Firm's Service. Dissatisfaction and Consumer Consideration on Consumer Switching Behavior from Traditional Market to Modern Market.*Journal EMBA*. Vol (3). pp: 252-260
- Firdausa, Rosetyadi Artistyan. 2013. Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, Dan Jam Operasional Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintoro Demak.*Diponegoro Journal Of Economics*. 2(1), pp: 1-6
- Fransisca Yaningwati, Achmad Fauzi DH, Susilowati. 2012. The Impact of Hypermarket Existence on The Traditional Market Trader. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(8).pp: 7966-7967

- Ghozali I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafsah, Moh Jafar, 2003, *Bisnis Ubi Kayu Indonesia*. Jakarta:PT. Pustaka Sinar Harapan.
- Hart Keith. 1973. Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana. *The Journal of Modern African Studies*.
- Hasa, Iqbal. 2005. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hasanah, Erni Umi dan Danang Sunyoto. 2013. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Yogyakarta : Center for Academic Pubishing Service (CAPS).
- Jafar, M.I . 1991.Implikasi Program Keluarga Berencana terhadap Partisipasi Wanita pada Sektor Informal di Kecamatan Soreang Kotamadya Pare-Pare. *Tesis S2.Ujung Padang Program Pasca Sarjana.Universitas Hasanuddin*
- Juliarta, I Made Guna dan Ida Bagus darsana. 2015. Analisis Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang. *E-Jurnal EP Unud*. 5 (1), pp: 138-166
- Kotler, Philip. Ahli Bahasa: Benyamin Molan. 2005. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas Jilid 1*. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta.
- Kottler, Philip and Gary Amstrong. 2002. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PT Erlangga.
- Kuswantoro, Ferri, 2012. Innovation in Distribution Channel, Cost Efficiency & Firm Performance: The Case of Indonesian Small & Medium Enterprise Scales. *International Journal of Business, Humanities and Technology*. Vol. 2 No. 4; June 2012.
- Lipsey, Steiner dan Douglas. 1990. *Pengantar Mikroekonomi*. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama
- Litbang Depdagri. 1991. *Pengukuran Kemampuan Daerah Tingkat II Dalam Rangka Pelaksanaan Otonomi Nyata dan Bertanggungjawab*. Jakarta
- Mankiw, N Gregory. 2006. *Principles Of Economics*. Edisi Ketiga. Jakarta : Salemba Empat.
- McCawley, Peter. 2015. Infrastructure Policy In Indonesia, 1965–2015: A Survey. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. 51(2) : 263–85.

- Najiah, 2013, Efektivitas Relokasi Pasar Ciomas Di Kecamatan Ciomas Kabupaten Serang Tahun 2012. *Skripsi*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Nasution, Muslimin, 2002, *Pengembangan Kelembagaan Koperasi Untuk Agroindustri*. Jakarta: IPB Press.
- O'Mara, Martha A. 1999. Strategic Drivers of Location Decisions for Information-Age Companies. *Journal of Real Estate Research* 17(3), 1999, pp 365-386. Harvard University, Cambridge, MA 02139.
- Olaitan, M.A, 2011. Finance for small and medium enterprises in Nigeria, Agricultural credit guarantee scheme fund. *Journal of International Farm Management* Vol.3. No.2 - January 2006.: 67-77
- Osmani L Khan, 2007. A Breakthrough in women's bargaining power :the impact of micro credit. *Journal of International Development*. J. Int. Dev. 19, 695– 716 (2007) Published online 31 January 2007 in Wiley InterScience School of Management and Economics, The Queen's University of Belfast, UK
- Paramita, A.A Mirah Pradnya Paramita dan A.A Ketut Ayuningsasi. 2013. Efektivitas Dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan. *E-Jurnal EP Unud*. 2 (5), pp: 233-243
- Pradipta, A.A Gede Prathiwa dan I Gusti Putu Nata Wirawan. 2016. Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Di Kota Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*. 5 (4), pp: 385-429
- Priyandikha, Akhbar Nurseta. 2015. Analisis Pengaruh Jarak, Lama Usaha, Modal, Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Limakonveksi (Studi Kasus Di Kelurahan Purwodinatan Kota Semarang). *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Porter, M.E.1979. How competitive forces shape strategy, Harvard Business Review. *Jurnal*. March/April 2008.
- Rahyuda I Ketut, I Gst. Wayan Murjana Yasa, dan Ni Nyoman Yuliarini. 2004. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Rinda, 2014. Peran Modal Sosial Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. 2 (2)
- Rosetyadi Artistyan Firdausa, Fitri Arianti. 2013. Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha dan Jam Kerja terhadap Pendapatan Pedagang Kios di Pasar Bintoro Demak.

*Diponogoro Journal Of Economic*. 2(1). H: 1-6 Available at:<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme>

Santayani. 1996. *Skripsi S1*. Yogyakarta Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada

Sheng Tai, Chu. 2006. Market Integration and Currency Risk in Asian Emerging Market. *Journal Departement of Accounting and Finance, Jesse H. Jones School Of Business, Texas Southern University*.

Somuelson, Paul A. dan William D. Nordhaus. 1994. *Makro Ekonomi Edisi Keempatbelas*. Jakarta: Erlangga.

----- . 2003. *Ilmu Mikro Ekonomi Edisi Ketujuhbelas*. Jakarta: PT Media Global Edukasi

Sri Pramana, Komang Amelia dan Luh Gede Meydianawathi. 2013. Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Ekspor Nonmigas Indonesia ke Amerika Serikat. *Jurnal JEKT*. 6(2): h:98-105.

Subagyo, Ahmad Wito. 2000. *Efektivitas Program Penanggulangan Masyarakat Pedesaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sudha Venkatesh. 2006. SMEs In India : Importance an Contribution. *Asian Journal of Management Research*. Research Article ISSN 222- 3795.

Sugiyono. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis Bandung* : CV .Alfabeta

----- . 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.

----- .2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sukesi, S. 2008. Analisis Aspek Ekonomi Rencana Pengembangan Pasar Induk Kabupaten Bondowoso. *Jurnal, Fakultas Ekonomi Universitas Dr. Soetomo Surabaya*, vol. 11, no.1, Desember, hal. 74-89.

Sulaiman, Wahid. 2002. *Statistik Non-Parametrik, Contoh Kasus dan Pemecahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.

Suparmoko, M. 2011. *Teori Ekonomi Mikro*, Edisi Pertama, Yogyakarta: BPFE

Tarigan, R. 2005. *Ekonomi Regional (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Utomo, Fatik Noviono. 2013. Strategi Pedagang Tradisional Di Pasar Yang Terintegrasi Dengan Pasar Modern (Studi Kasus Pasar Besar Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol. 1, No. 1Wamaliya,

- Firmila dan I Gusti Putu Nata Wirawan. 2014. Perbandingan Faktor-faktor yang Menentukan Pemilihan Lokasi Pedagang Perak dan Emas di Pasar Seni Celuk dan Ubud. *E-Jurnal EP Unud*. Vol.3 No.6, pp: 227-281
- Wiboonponse, A & Sriboonchitta, S. 2006. *Securing Small Producer Participation in Restructured National and Regional Agri-Food Systems: Thr Case of Thailand. Regoverning Markets*.
- Wirawan, Adi I.K, K.Sudibia dan I.B.P Purbadharmaja. 2015. Pengaruh Bantuan Dana Bergulir, Modal Kerja, Lokasi Pemasaran, dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Sektor Industri Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 4 No.01, Hal.42-55
- Wulandari. 2013. Dampak Relokasi Pasar Dinoyo Kota Malang Terhadap Pedagang, Konsumen, dan Masyarakat Sekitar. *Skripsi*, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang.
- Waluyo Hadi & Dini Hastuti. 2011. *Kamus Terbaru Ekonomi & Bisnis*. Surabaya: Reality Publisher.
- Widyatama, Dery Fauzan. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sembako Di Pasar Besar Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*
- Wirawan Nata. 2002. *Statistik 2 (Statistik Inferensial untuk Ekonomi dan Bisnis)*. Edisi kedua. Denpasar: Keraras Emas.
- Yukhe P.W.P, Putu Diahdan Luh Gede Meydianawathi. 2013. Keputusan Pedagang Dalam Penggunaan Jasa Pelepas Uang: Analisis Binary Logistic. *E – Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*. 2(2) : 63-75.

Efektivitas Relokasi Pasar dan....[Ni Made Dian Utari, I Ketut Suidiana]