

KAJIAN PERUBAHAN LOKASI PASAR TERBARU DAN DAMPAKNYA TERHADAP TINGKAT KERAMAIAAN PASAR DI DESA KACANGAN KECAMATAN ANDONG KABUPATEN BOYOLALI TAHUN 2024

Muhammad Zaky Nurhidayat¹, Nirma Lila Anggani²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Surakarta

e100210108@student.ums.ac.id¹, nla624@ums.ac.id²

Abstract

Relocation of traditional markets can have a significant impact on the level of crowding and dynamics of the local economy. This study examines the change in the location of the Kacangan Market in Andong District, Boyolali Regency, and its impact on the activities of traders and buyers. The research method used is a qualitative and quantitative descriptive approach with a survey as a data collection technique. The results of the study indicate that the majority of traders experienced a decrease in turnover after relocation due to less than optimal accessibility and differences in buyer visit patterns. The different new market structure also affects the distribution of traders based on the type of merchandise and type of place of sale. These findings emphasize that market relocation needs to consider aspects of strategic location, supporting facilities, and community habits in order to continue to support dynamic and sustainable economic activities.

Keywords: Market Relocation, Accessibility, Crowd Level, Economic Impact on Traders.

Abstrak

Relokasi pasar tradisional dapat memberikan dampak signifikan terhadap tingkat keramaian dan dinamika ekonomi lokal. Penelitian ini mengkaji perubahan lokasi Pasar Kacangan di Kecamatan Andong, Kabupaten Boyolali, serta dampaknya terhadap aktivitas pedagang dan pembeli. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan survei sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pedagang mengalami penurunan omzet pasca-relokasi akibat aksesibilitas yang kurang optimal dan perbedaan pola kunjungan pembeli. Struktur pasar baru yang berbeda juga mempengaruhi distribusi pedagang berdasarkan jenis dagangan dan jenis tempat berjualan. Temuan ini menegaskan bahwa relokasi pasar perlu mempertimbangkan aspek lokasi strategis, fasilitas penunjang, serta kebiasaan masyarakat agar tetap mendukung aktivitas ekonomi yang dinamis dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Relokasi Pasar, Aksesibilitas, Tingkat Keramaian, Dampak Ekonomi Pedagang.

A. PENDAHULUAN

Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dan melakukan transaksi barang atau jasa (Wijaya, 2020), dan pasar itu di bagi menjadi 2 kategori yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Pasar Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri terpadu yang menjual berbagai produk baik dalam bentuk eceran maupun grosir dan mencakup toko modern seperti minimarket, supermarket, department store, dan hypermarket (Syaifuddin, 2024); sedangkan pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung, artinya antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi berinteraksi secara langsung dan bertemu secara face to face (Wulandari, 2024). Pasar tradisional memegang peran penting dalam perekonomian lokal, terutama di wilayah pedesaan seperti Desa Kacangan. Selain menjadi pusat perputaran ekonomi, pasar juga berfungsi sebagai ruang sosial yang menghubungkan masyarakat (Priangan Insider, 2024) . Namun, karena dinamika perkembangan wilayah, perubahan penggunaan lahan menjadi permukiman dapat mengakibatkan perubahan pola dan arah perkembangan wilayah (Sianturi, 2024) seperti kebutuhan peningkatan infrastruktur, serta pertimbangan tata kota seringkali memunculkan kebutuhan untuk merelokasi pasar.

Perubahan relokasi pasar perlu memperhatikan lokasi dan kualitas tempat relokasi baru (Diharjo, 2018), meskipun dianggap sebagai langkah untuk memperbaiki fasilitas dan aksesibilitas, seringkali membawa dampak yang tidak terduga terhadap tingkat keramaian dan aktivitas ekonomi di sekitar pasar tersebut. Di Desa Kacangan, pasar tradisional yang telah lama menjadi pusat ekonomi utama baru-baru ini dipindahkan ke lokasi baru oleh pemerintah setempat dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan kenyamanan pedagang serta pembeli. Namun, pasca-relokasi ini, muncul berbagai reaksi dari masyarakat dan pedagang mengenai penurunan tingkat keramaian pasar. Observasi awal pasca relokasi beberapa pedagang mengeluhkan penurunan omzet, sementara konsumen menyatakan ketidakpuasan terkait akses ke lokasi baru karena agak jauh dari pusat desa dan titik keramaian.

Lebih lanjut Menurut berita harian SOLOPOS yang di tulis tanggal 9 Oktober 2018 dengan judul berita artikel Pasar Kacangan Boyolali Akan Dipindah, Ini Lokasi Barunya. Melihat pada sumber yang telah di jelaskan pemindahan pasar ini lantaran arus lalu lintas yang kerap macet di jam-jam sibuk. Pasar Kacangan yang merupakan pasar pagi tersebut biasanya ramai dipadati pembeli dari selepas Subuh. Jam-jam itu biasanya sibuk, ada anak-anak berangkat sekolah, bus-bus kecil ngetem, jadi macet apalagi pasarnya ada di pinggir jalan utama,” ungkap Camat Andong. Selain arus lalu lintas, masalah lain di Pasar Kacangan adalah

ketersediaan lahan parkir yang tak memadai. Beberapa pembeli juga memarkir motor langsung di depan kios yang dituju. Jika sedang tidak ada juru parkir, pembeli yang rata-rata perempuan itu memosisikan motor seenaknya. Hal ini mengakibatkan kapasitas ruang parkir menjadi semakin sempit. Biasanya karena pelataran pasar digunakan sebagai tempat parkir, truk-truk yang mengantarkan barang ke kios-kios akan berhenti di bahu jalan. Keadaan ini cukup mengganggu karena ruas jalan tersebut hanya selebar kira-kira 3 meter untuk dua lajur kendaraan beda arah. Keadaan semakin diperparah dengan membeludaknya pedagang di pelataran tiap pagi.

Beberapa permasalahan yang terjadi diatas maka adanya dampak yang di timbulkan baik dampak positif maupun negatif maka pemerintah Kecamatan Andong mengeluarkan kebijakan untuk merelokasi pasar lama ke pasar baru. Kajian ini penting sebagai dasar untuk memahami apakah relokasi tersebut telah mencapai tujuannya atau justru memunculkan tantangan baru yang perlu segera ditindak lanjuti. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pemerintah desa dan pemangku kepentingan lainnya dalam pengelolaan pasar yang lebih baik, sehingga pasar tetap menjadi pusat aktivitas ekonomi yang dinamis dan berkelanjutan

B. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif untuk mengukur perubahan dalam tingkat keramaian atau melakukan survei. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dengan mengumpulkan informasi atau data kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Unit analisis dalam penelitian survei ini adalah individu. Hasil dari kuesioner tersebut digunakan sebagai data pembanding sebelum maupun sesudah adanya relokasi terhadap tingkat keramaian di pasar terbaru di Desa Kacangan Kecamatan Andong Kabupaten Boyolali.

Objek penelitian ini adalah pedagang pasar baru dan juga pedagang yang dulu pernah di pasar lama Desa Kacangan di Kecamatan Andong, Kabupaten Boyolali. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh individu atau entitas yang terkena dampak perubahan lokasi pasar di Desa Kacangan, termasuk Pedagang pasar mereka yang sebelumnya berjualan di lokasi lama dan kini menempati lokasi baru, Pembeli atau pengunjung pasar mereka yang menjadi konsumen utama baik sebelum maupun sesudah perubahan lokasi, Warga sekitar

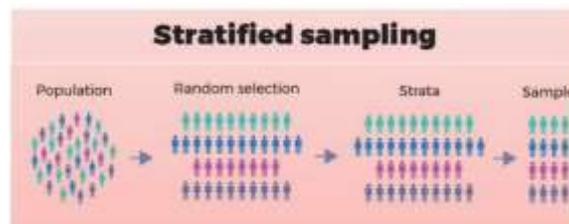
masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi pasar lama dan baru, Pihak pengelola pasar yang memiliki data administrasi dan kebijakan terkait relokasi.

Tabel 3. Jumlah Kategori Pasar Kacangan Tahun 2024

Kios	107
Los	574
Pelataran	200
Total	881

Sumber : Dinas Pasar Kacangan

Pengambilan sampel dilakukan kepentingan uji akurasi Tingkat keramaian pasar untuk terhadap perubahan relokasi yang dilakukan. Metode pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling, teknik *stratified random sampling* memungkinkan pengambilan sampel secara acak dalam tiap strata agar representasi yang lebih akurat dari setiap kelompok di dalam populasi.



Gambar 6. Metode *Stratified sampling*

Sumber : *analyticsteps*

3 tipe lokasi di pasar baru

Kios = 107, Los = 574, Pelataran = 200

Jumlah dari semua kategori : 881

Untuk rumus nya menggunakan metode Slovin :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

n = Ukuran sampel / jumlah reseponden

N = Ukuran Populasi

Nilai ini Tingkat presisi yang diinginkan 0.13 menunjukkan toleransi kesalahan sebesar 13%. Ini adalah nilai yang relatif besar dibandingkan dengan standar akademik umum ($e=0.05$ atau 5%), tetapi masih dapat diterima dalam konteks tertentu, seperti penelitian eksploratif,

populasi yang sangat besar dan populasi sulit dijangkau sepenuhnya. Keterbatasan pada sumber daya waktu atau akses ke data terbatas, nilai e yang lebih besar dapat dipilih untuk mengurangi ukuran sampel yang dibutuhkan. Jadi $e^2=0.13$ adalah keputusan peneliti yang didasarkan pada penelitian eksploratif, populasi yang sangat besar & populasi sulit dijangkau sepenuhnya.

$$n = \frac{N}{1+N.(e)^2}$$

$$n = \frac{881}{1+881.(0,13)^2}$$

$$n = \frac{881}{1+881(0,13)^2}$$

$$n = \frac{881}{1+881. 0,0169}$$

$$n = \frac{881}{1+14,88}$$

$$n = \frac{881}{15,88}$$

$$n = 55$$

Selanjutnya untuk melihat sampel menggunakan.

Untuk rumus *stratified Random Sampling* :

$$Ah = \frac{Nh}{N} \times A$$

Ah = Jumlah sampel yang akan di ambil di strata h

Nh = Jumlah anggota dalam strata h

N = Jumlah total anggota populasi

A = Jumlah total sampel dari populasi yang hendak di ambil

- **Kios**

$$Ah = \frac{Nh}{N} \times A$$

$$Ah = \frac{107}{881} \times 55$$

$$Ah = 6,67 = 7$$

- **Los**

$$Ah = \frac{Nh}{N} \times A$$

$$Ah = \frac{574}{881} \times 55$$

$$Ah = 35,83 = 36$$

• Pelataran

$$Ah = \frac{Nh}{N} \times A$$

$$Ah = \frac{200}{881} \times 55$$

$$Ah = 12,48 = 12$$

Jadi jumlah sampel yang akan di ambil dari 3 jenis kategori bangunan pasar 7+36+12= 55

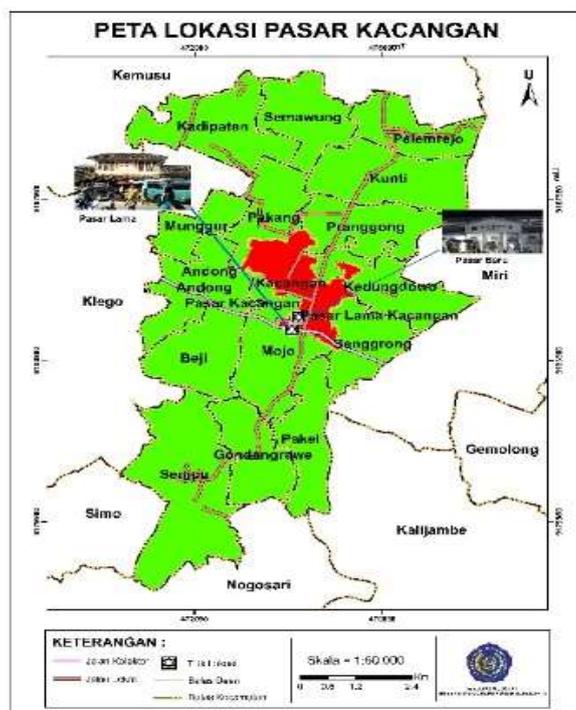
Tabel 4. Jumlah Pengambilan Sampel

Kios	7
Los	36
Pelataran	12

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Jadi pemilihan responden secara Purposive, yakni pedagang yang pernah jualan di pasar lama.

Sampel



Gambar. Peta Lokasi Pasar Kacangan

Sumber : Pengolahan Data Arcgis

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian survei yang telah saya lakukan Diagram di bawah menunjukkan distribusi jenis tempat jualan di pasar Desa Kacangan, dengan rincian sebagai berikut:

Dominasi pedagang dengan jenis "Los" sebagian besar pedagang (65,5%) berjualan di "Los," yaitu tempat terbuka tanpa sekat yang umumnya lebih fleksibel tetapi kurang memiliki perlindungan dari cuaca. Dengan adanya relokasi, pedagang yang berada di los bisa mengalami perubahan jumlah pelanggan, terutama jika lokasi baru tidak memberikan fasilitas yang nyaman atau cukup strategis.

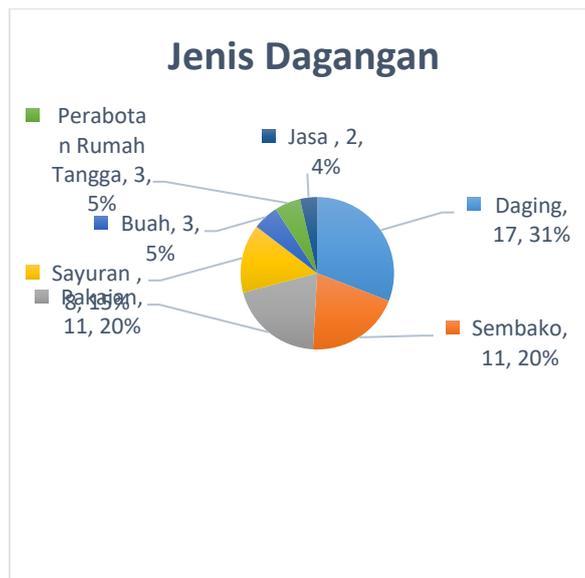
Pedagang di "Pelataran" sekitar 21,8% pedagang berjualan di pelataran, yang berarti mereka lebih rentan terhadap perubahan lingkungan pasar. Jika aksesibilitas ke pasar baru lebih sulit, maka pedagang di pelataran bisa mengalami penurunan pelanggan lebih signifikan dibandingkan dengan pedagang di kios yang memiliki tempat tetap.

Pedagang di "Kios" Hanya 12,7% pedagang yang memiliki kios permanen, yang biasanya memberikan kenyamanan lebih baik bagi pelanggan dan pedagang. Dalam relokasi, pedagang kios bisa lebih diuntungkan karena mereka memiliki tempat jualan yang tetap, tetapi jika pasar baru tidak strategis, mereka tetap berisiko kehilangan pelanggan.

Selanjutnya Diagram di bawah menunjukkan distribusi jenis dagangan yang ada di pasar, dengan rincian sebagai berikut:

Daging: 17, 31%, Sembako: 11, 20%, Pakaian: 11, 20%, Sayuran: 8, 15%, Buah: 3, 5%, Perabotan Rumah Tangga: 3, 5%, Jasa: 2, 4%

Dominasi Pedagang Daging dan Sembako dengan 31% pedagang menjual daging dan 20% menjual sembako, pasar ini memiliki peran utama dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Pedagang pakaian (20%) dan perabot rumah tangga (5%) biasanya tidak terlalu terdampak oleh lokasi, tetapi mereka sangat bergantung pada tingkat keramaian pasar. Dengan 15% pedagang menjual sayuran dan 5% menjual buah, mereka bergantung pada pembeli harian yang mencari produk segar. Pedagang jasa merupakan kelompok terkecil dalam pasar ini, tetapi mereka tetap membutuhkan lokasi yang ramai untuk mendapatkan pelanggan.



Untuk data diagram batang di bawah menunjukkan data mengenai kapan para pedagang pertama kali mulai berdagang di pasar lama. Data tersebut dikategorikan berdasarkan periode waktu tertentu, yaitu:

- Tahun 1960 - 1980: Hanya 2 pedagang yang sudah berdagang sejak periode ini.
- Tahun 1980 - 2000: Mayoritas pedagang sebanyak 32 orang, mulai berdagang dalam periode ini.
- Tahun 2000 - 2020: Sebanyak 21 pedagang mulai berdagang dalam kurun waktu ini.

Mayoritas Pedagang Berjualan Sejak 1980 – 2000 dengan 32 pedagang memulai usaha mereka dalam periode ini, menunjukkan bahwa pasar lama mulai berkembang pesat pada waktu tersebut. Kemungkinan besar, pada masa itu, pasar lama menjadi pusat perdagangan utama di wilayah Desa Kacangan. Penurunan Jumlah Pedagang Baru Setelah Tahun 2000 Hanya 21 pedagang yang mulai berdagang dalam kurun 2000 - 2020, menunjukkan adanya kemungkinan bahwa pertumbuhan pasar mulai melambat. Bisa jadi ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti perubahan pola belanja masyarakat, munculnya pusat perdagangan lain, atau kondisi pasar lama yang mulai kurang memadai. Sedikit Pedagang yang Bertahan Sejak 1960 – 1980 Hanya 2 pedagang yang sudah berdagang sejak periode 1960 - 1980, menandakan bahwa pedagang lama semakin sedikit, mungkin karena faktor usia atau pergeseran usaha ke tempat lain.

Selanjutnya data diagram di bawah menunjukkan data jenis kelamin pedagang di pasar dengan total 55 responden. Data ini terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu:

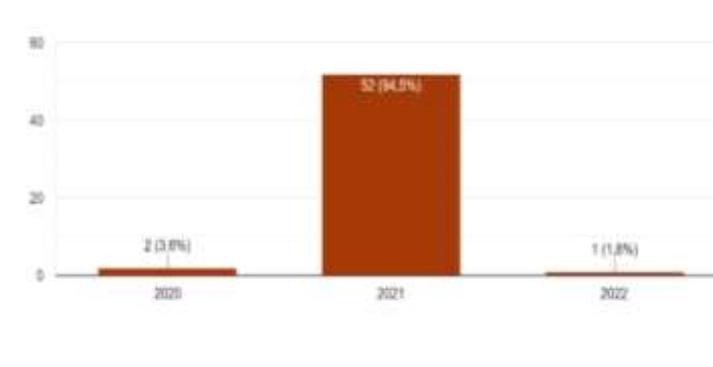
- Perempuan: Sebanyak 87,3% dari total responden merupakan pedagang perempuan.
- Laki-laki: Hanya 12,7% dari total responden yang merupakan pedagang laki-laki.

Mayoritas pedagang adalah perempuan dengan persentase sebesar 87,3%, menunjukkan bahwa pasar di Desa Kacangan didominasi oleh pedagang perempuan. Hal ini mencerminkan tren umum di pasar tradisional di Indonesia, di mana perempuan lebih aktif dalam sektor perdagangan kecil seperti sembako, pakaian, dan sayur-mayur. Jumlah pedagang laki-laki sangat minim hanya 12,7% pedagang yang merupakan laki-laki, yang kemungkinan besar berperan dalam sektor dagang yang lebih spesifik seperti daging, peralatan rumah tangga, atau jasa tertentu. Data ini mengindikasikan bahwa perempuan memiliki peran dominan (peran ganda Pedagang perempuan) dalam aktivitas perdagangan di pasar tradisional. Perempuan yang berdagang di pasar umumnya menjalankan peran ganda, yaitu: (Cari sitasinya)

- Sebagai Pencari Nafkah, sebagian besar perempuan di pasar berkontribusi terhadap perekonomian keluarga dengan berdagang. Mereka menjalankan usaha sendiri atau membantu usaha keluarga, terutama di sektor pangan (sembako, sayuran, daging, dll.).
- Sebagai pengelola rumah tangga, selain berdagang, perempuan tetap bertanggung jawab atas pekerjaan rumah tangga, seperti mengurus anak, memasak, dan membersihkan rumah. Banyak pedagang perempuan harus membagi waktu antara berdagang di pasar dan pekerjaan domestik.
- Sebagai penggerak ekonomi lokal, keberadaan perempuan di pasar menunjukkan peran mereka dalam menjaga stabilitas ekonomi di tingkat lokal. Mereka mendukung ketahanan pangan dengan menjual kebutuhan pokok seperti sayur, daging, dan sembako.

Untuk data Grafik di bawah menunjukkan distribusi waktu pedagang mulai berdagang di pasar baru setelah relokasi. Dari 55 pedagang, mayoritas, yaitu 52 orang (94,5%), pindah ke pasar baru pada tahun 2021. Sementara itu, 2 pedagang (3,6%) sudah berjualan di pasar baru sejak tahun 2020, dan 1 pedagang (1,8%) baru mulai berdagang pada tahun 2022. Pandemi memperlambat proses relokasi (2019-2020) tahun 2019 hingga 2020 adalah masa awal

pandemi COVID-19, yang menyebabkan banyak aktivitas ekonomi terganggu, termasuk perdagangan di pasar tradisional. Pembatasan sosial, penurunan daya beli masyarakat, dan ketidakpastian ekonomi kemungkinan membuat perpindahan ke pasar baru tidak langsung terjadi dalam skala besar. Hal ini terlihat dari hanya 2 pedagang (3,6%) yang pindah ke pasar baru pada tahun 2020. Puncak perpindahan di tahun 2021 mulai adanya pelanggaran kebijakan pada pertengahan 2021, hampir semua pedagang (94,5%) akhirnya berpindah ke pasar baru. Hal ini bisa dipengaruhi oleh dukungan dari pemerintah, pemulihan ekonomi, dan mulai meningkatnya aktivitas masyarakat setelah masa pembatasan sosial berkurang. Tahun 2021 kemungkinan menjadi titik balik bagi pasar untuk kembali beroperasi normal di lokasi pasar baru. Masih ada 1 pedagang (1,8%) yang baru mulai berdagang pada 2022, kemungkinan besar karena alasan kesiapan modal atau adaptasi dengan pasar baru pasca-pandemi.



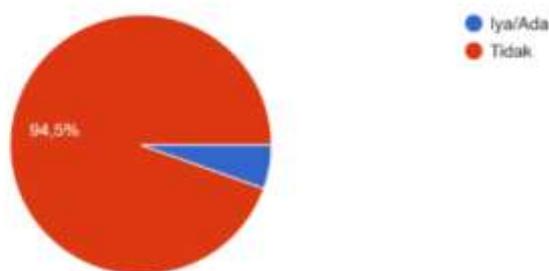
Selanjutnya data grafik di bawah menampilkan lama waktu buka toko berdasarkan kategori barang yang dijual, dapat dianalisis sebagai berikut toko dengan waktu buka 7-9 jam mayoritas adalah toko sembako berjumlah 4 toko. Toko daging juga memiliki durasi buka cukup lama (2 toko). Toko lainnya seperti sayuran, jasa, dan perabotan rumah tangga hanya 1 toko masing-masing. Sedangkan toko dengan waktu buka 4-6 jam daging memiliki jumlah toko terbanyak (14 toko). Disusul oleh pakaian (9 toko), sayuran (7 toko), dan sembako (6 toko). Barang lain seperti buah (3 toko), perabotan rumah tangga (2 toko), pakaian (2 toko), dan jasa (1 toko) juga memiliki toko dengan durasi ini.

Barang basah seperti daging dan sayuran lebih banyak berada pada kategori toko yang buka 4-6 jam. Ini dapat disebabkan oleh sifat barang tersebut yang mudah rusak dan memerlukan penanganan lebih cepat, sehingga pedagang menutup toko lebih awal untuk menjaga kualitas. Barang kering seperti sembako, pakaian, dan perabotan rumah tangga cenderung memiliki durasi buka toko yang lebih lama, terutama sembako yang terlihat cukup

dominan di kategori 7-9 jam. Ini karena barang kering tidak mudah rusak dan permintaan konsumen bisa merata sepanjang hari.



Ada beberapa faktor mengenai tentang perbedaan lama berjualan di pasar lama dan di pasar baru yaitu yang pertama yang paling dominan di pasar lama lebih lama berjualan di karenakan dekat dengan jalan raya (Jalan Kolektor). Untuk faktor yang kedua kalau di pasar lama tutupnya sampai agak kesorean di karenakan lokasi pasar lama strategis dan masih ada pemebeli waktu jam sore hari di pasar lama, sedangkan di pasar baru tutup sampai siang dan sudah sepi pembeli di waktu siang hari di karenakan lokasi pasar baru masuknya agak ke dalam dan itu berada di jalan lokal jadi pembeli juga mager masuk ke pasar baru.



Data yang ditampilkan di atas adalah sebuah diagram lingkaran (pie chart) yang menunjukkan hasil survei terkait pertanyaan "Jenis dagangan di pasar lama dan di pasar baru apakah sama?". Diagram ini menggambarkan jawaban dari 55 responden yang telah memberikan tanggapan mereka terhadap pertanyaan tersebut.

Diagram lingkaran dalam gambar menunjukkan dua kategori jawaban, yaitu "Iya/Ada" yang ditampilkan dalam warna biru dan "Tidak" yang ditampilkan dalam warna merah. Dari hasil yang diperoleh, sebagian besar responden, yaitu 94,5%, memilih jawaban "Tidak" yang berarti bahwa mereka berpendapat bahwa jenis dagangan di pasar lama dan pasar baru masih sama dagangannya. Sementara itu, hanya sebagian kecil responden yang memilih jawaban "Iya/Ada", yang ditandai dengan warna biru, menunjukkan bahwa mereka beranggapan bahwa terdapat perbedaan dalam jenis dagangan di kedua pasar tersebut.

Secara visual, diagram ini sangat jelas menunjukkan dominasi jawaban "Tidak" dibandingkan dengan jawaban "Iya/Ada". Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas masyarakat atau responden yang terlibat dalam survei ini merasa bahwa terdapat persamaan dalam jenis dagangan yang tersedia di pasar lama dibandingkan dengan pasar baru.

Berdasarkan informasi yang ditampilkan dalam diagram ini, dapat ditarik beberapa kemungkinan penyebab mengapa mayoritas responden menganggap bahwa jenis dagangan di kedua pasar masih sama. Beberapa faktor yang mungkin berpengaruh adalah:

1. Kebutuhan konsumen yang konsisten, di karenakan jika pola konsumsi masyarakat di suatu wilayah tidak banyak berubah, maka baik pasar lama maupun pasar baru kemungkinan besar akan tetap menyediakan jenis dagangan yang sama.
2. Keberadaan pedagang lama di pasar baru, jika pedagang dari pasar lama tetap membuka usaha mereka di pasar baru, maka jenis dagangan yang dijual cenderung tetap sama.
3. Pola distribusi barang yang sama, jika pemasok atau distributor barang tetap menjual produk mereka ke kedua pasar tanpa perubahan besar dalam jenis barang, maka variasi dagangan di kedua pasar akan tetap mirip.

Namun, bagi sebagian kecil responden yang berpendapat bahwa jenis dagangan di kedua pasar berbeda, terdapat beberapa faktor yang mungkin berpengaruh terhadap pandangan mereka:

1. Perubahan permintaan pasar, dikarenakan pasar baru mungkin menyesuaikan jenis dagangan dengan kebutuhan dan tren yang lebih modern, sementara pasar lama masih mempertahankan dagangan yang lebih tradisional. Contohnya dari jawaban kuesioner yang telah di dapatkan seperti dulunya waktu di pasar lama julan ciki (Snack makanan) sekarang di pasar baru julan sayuran

2. Target konsumen yang berbeda karena pasar lama mungkin lebih banyak dikunjungi oleh pelanggan tetap yang sudah terbiasa dengan jenis dagangan tertentu, sementara pasar baru menargetkan pelanggan dengan preferensi yang berbeda. Contohnya dari jawaban kuesioner yang telah didapatkan seperti dulu waktu di pasar lama jualan sandal terus sekarang di pasar baru berpindah jualan daging.

Secara keseluruhan, diagram ini memberikan wawasan mengenai bagaimana masyarakat atau responden melihat perbedaan atau persamaan antara pasar lama dan pasar baru dari segi jenis dagangan yang tersedia.

Diagram lingkaran yang ditampilkan di bawah adalah sebuah diagram lingkaran (pie chart) yang menunjukkan hasil survei terkait pertanyaan "Apakah ada perbedaan pendapatan antara di pasar lama dan di pasar baru?". Diagram ini didasarkan pada tanggapan dari 55 responden yang telah memberikan jawaban mereka terhadap pertanyaan tersebut. Diagram lingkaran ini memiliki dua kategori jawaban, yaitu "Iya/Ada" yang ditampilkan dalam warna biru dan "Tidak" yang ditampilkan dalam warna merah. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu 83,6%, memilih jawaban "Iya/Ada", yang berarti mereka merasakan adanya perbedaan pendapatan antara pasar lama dan pasar baru. Sementara itu, 16,4% responden memilih jawaban "Tidak", yang berarti mereka tidak melihat adanya perbedaan pendapatan yang signifikan di antara kedua pasar tersebut.

Secara visual, diagram ini menunjukkan dominasi jawaban "Iya/Ada", yang dapat mengindikasikan bahwa banyak pedagang mengalami perubahan dalam pendapatan mereka setelah berpindah dari pasar lama ke pasar baru. Beberapa faktor yang mungkin berkontribusi terhadap perbedaan pendapatan ini antara lain:

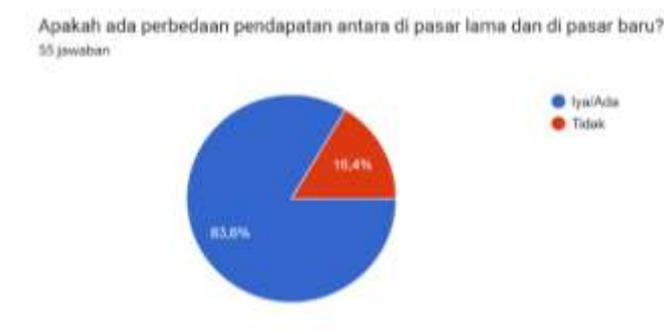
1. Perbedaan Jumlah Pengunjung seperti pasar lama mungkin sudah memiliki pelanggan tetap yang terbiasa berbelanja di sana, sementara pasar baru masih dalam proses menarik perhatian pelanggan.
2. Aksesibilitas dan lokasi jika pasar baru berada di lokasi yang kurang strategis atau memiliki fasilitas yang lebih baik, kemungkinan besar pendapatan pedagang di sana menurun.
3. Perubahan harga dan biaya operasional di karenakan pasar baru mungkin memiliki biaya operasional yang lebih tinggi, seperti sewa tempat atau biaya layanan tambahan, yang dapat mempengaruhi margin keuntungan pedagang.

4. Kondisi infrastruktur jika pasar baru memiliki fasilitas yang lebih baik seperti area parkir luas, sanitasi yang baik, dan lingkungan yang nyaman, maka pelanggan mungkin lebih tertarik untuk berbelanja di sana, yang berpotensi meningkatkan pendapatan pedagang.

Di sisi lain, bagi 16,4% responden yang menganggap tidak ada perbedaan pendapatan antara pasar lama dan pasar baru, ada beberapa kemungkinan alasan yang mendukung pandangan mereka, antara lain:

1. Pelanggan setia, pedagang mungkin memiliki pelanggan tetap yang tetap berbelanja kepada mereka meskipun berpindah lokasi.
2. Strategi pemasaran yang efektif, pedagang yang mampu mempertahankan strategi pemasaran yang baik mungkin tidak mengalami perbedaan pendapatan yang signifikan.
3. Jenis barang yang dijual jika jenis dagangan yang dijual tetap memiliki permintaan yang stabil, maka perbedaan lokasi pasar mungkin tidak terlalu berpengaruh terhadap pendapatan.

Secara keseluruhan, diagram ini memberikan gambaran mengenai bagaimana pedagang atau responden merasakan perbedaan pendapatan di antara pasar lama dan pasar baru.



Untuk data terakhir diagram yang disajikan di bawah merupakan diagram lingkaran (pie chart) yang menggambarkan hasil survei terhadap pedagang mengenai dampak perubahan lokasi pasar baru terhadap aksesibilitas mereka. Diagram ini terdiri dari tiga kategori jawaban, yaitu:

1. Lebih Susah (diwakili oleh warna biru) dengan jumlah 35 responden atau 64% dari total responden.

2. Lebih Mudah (diwakili oleh warna oranye) dengan jumlah 17 responden atau 31% dari total responden.
3. Biasa aja (diwakili oleh warna abu-abu) dengan jumlah 3 responden atau 5% dari total responden.

Dari data yang tersaji, mayoritas responden (64%) merasa bahwa perubahan lokasi pasar membuat aksesibilitas mereka lebih sulit. Sebaliknya, 31% responden merasakan adanya kemudahan, dan hanya sebagian kecil (5%) yang merasa tidak ada perubahan signifikan.

Faktor-faktor yang mungkin menyebabkan hal ini antara lain:

1. Jarak dan Lokasi – Jika lokasi pasar yang baru lebih jauh dari area pelanggan utama atau lebih sulit dijangkau oleh kendaraan umum, maka pedagang akan mengalami penurunan jumlah pelanggan.
2. Akses Transportasi – Relokasi pasar dapat menyebabkan perubahan rute transportasi, sehingga pedagang dan pembeli harus menyesuaikan diri dengan jalur baru yang mungkin kurang nyaman atau lebih mahal.
3. Fasilitas Pendukung – Jika fasilitas seperti tempat parkir, sarana angkut barang, dan akses jalan kurang memadai di lokasi yang baru, maka pedagang akan mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya.
4. Perubahan Pola Konsumen – Pelanggan mungkin memiliki kebiasaan berbelanja di lokasi lama dan enggan untuk berpindah ke pasar yang baru, sehingga terjadi penurunan jumlah pengunjung.

Dari analisis diagram ini dapat disimpulkan bahwa perubahan lokasi pasar memiliki dampak yang signifikan terhadap aksesibilitas pedagang. Mayoritas pedagang mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan lokasi yang baru. Oleh karena itu, sebelum melakukan relokasi, perlu dilakukan kajian mendalam mengenai aksesibilitas, fasilitas pendukung, serta dampak terhadap pelanggan dan pedagang agar relokasi pasar dapat berjalan dengan sukses tanpa mengganggu stabilitas ekonomi para pedagang.



D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, relokasi Pasar Kacangan membawa dampak signifikan terhadap tingkat keramaian dan pendapatan pedagang. Mayoritas pedagang mengalami penurunan jumlah pelanggan akibat aksesibilitas lokasi yang kurang strategis dibandingkan dengan pasar lama. Pedagang yang berjualan di los dan pelataran mengalami dampak lebih besar dibandingkan pedagang kios. Selain itu, mayoritas pedagang di pasar ini adalah perempuan yang menjalankan peran ganda dalam aktivitas ekonomi dan rumah tangga. Relokasi juga menyebabkan perubahan pola pendapatan, di mana sebagian besar pedagang mengalami penurunan omzet. Oleh karena itu, kebijakan relokasi pasar sebaiknya mempertimbangkan faktor aksesibilitas, infrastruktur yang memadai, serta keterlibatan pedagang dalam proses perencanaan untuk memastikan keberlanjutan ekonomi pasar tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Diharjo, Sutikno. (2018). Hubungan Perubahan Sosial Ekonomi Penghuni dengan Perubahan Lokasi dan Karakteristik Hunian (Studi kasus rusunawa pulogebang). *Jurnal Muara Sains, Teknologi, Kedokteran dan Ilmu Kesehatan*, 2(2), 364-371.
- Mawarni, Nadia. Lutfiana. (2018) Pasar Kacangan Boyolali Akan dipindah, ini Lokasi Barunya, *Solopos*, 9 Oktober, p. 1.
- Priangan, Insider. (2024). Pasar Tradisional Sebagai Ruang Sosial dan Budaya. Dalam <https://prianganinsider.pikiran-rakyat.com/ragam/pr-3838509786/sadar-ataupun-tidak-pasar-tradisional-masih-berperan-sebagai-tempat-perputaran-ekonomi-yang-berpengaruh?page=all>

- Sianturi Agustina Rahayu, dkk. (2024). Dinamika Perkembangan Tata Ruang Kota Medan: Analisis Penggunaan Lahan dan Dampaknya Terhadap Keberlanjutan Kota. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(4), 560-564.
- Syaifuddin, Moch. Yudha., dan Sanggarwati, Diah. Ayu. (2024). Pentingnya Sarana Prasarana Transportasi Dalam Menghadapi Pasar Modern: Kasus Pt Surya Pratista Utama Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Bisnis dan Teknologi Informatika*, 3(1), 102-107.
- Wijaya, Temmy. (2020). Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(2), 1-16.
- Wulandari, Dyah. Sri., dan Tomanggor, Agustina. Hotma. Uli. (2024). Dampak Transformasi Digital pada Pasar Tradisional. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 52-57