

**EFEKTIVITAS RELOKASI PASAR KREMPYENG
SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN
DI DESA MOJOREJO KECAMATAN JETIS
KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Novia Tri Wulandari

NIM : 401180271

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Novia Tri Wulandari

Nim : 401180271

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**EFEKTIVITAS RELOKASI PASAR KREMPYENG SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN PENDAPATAN DI DESA MOJOREJO KECAMATAN JETIS
KABUPATEN PONOROGO**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 20 Maret 2025



Novia Tri Wulandari
NIM 401180271



LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

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

LEMBAR PERSTUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Novia Tri Wulandari	401180271	Ekonomi Syariah	Efektivitas Relokasi Pasar Krempyeng Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan di Desa Mojorejo Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

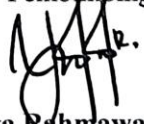
Ponorogo, 20 Maret 2025



Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I
NIP 197801122006041002

Menyetujui,
Pembimbing


Yunaita Rahmawati, M.Si.
NIP 198406042019032012



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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah Skripsi berikut ini:

Judul : Efektivitas Relokasi Pasar Krempyeng Sebagai Upaya
Peningkatan Pendapatan di Desa Mojorejo Kecamatan Jetis
Kabupaten Ponorogo
Nama : Novia Tri Wulandari
NIM : 401180271
Jurusan : Ekonomi Syariah

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

Dewan Penguji:

Ketua Sidang
Ridho Rokamah S.Ag, M.SI
NIP. 197412111999032002

Penguji I
Mansur Azis Lc, M.S.I
NIP. 198606242023211017

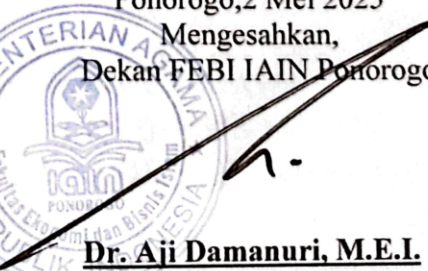
Penguji II
Yunaita Rahmawati M.Si.
NIP. 198406042019032012

: ()
: ()
: ()

Ponorogo, 2 Mei 2025

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
NIP. 197506022002121003

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novia Tri Wulandari

NIM : 081331807780

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Efektivitas Relokasi Pasar Krempyeng Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Di Desa Mojorejo Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo yang dapat di akses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 19 Mei 2025

Pembuat Pernyataan,



Novia Tri Wulandari

NIM 401180271

ABSTRAK

Wulandari, Novia Tri. Efektivitas Relokasi Pasar Krempyeng Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan di Desa Mojorejo Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. *Skripsi*. 2025. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing: Yunaita Rahmawati, M.Si.

Kata Kunci: Relokasi Pasar Tradisional, Peningkatan Pendapatan, Pasar Krempyeng

Salah satu upaya pemerintah desa dalam meningkatkan perekonomian lokal adalah dengan mengelola pasar tradisional melalui relokasi. Relokasi pasar bertujuan menciptakan lingkungan yang lebih bersih, tertata, dan meningkatkan kesejahteraan pedagang serta pembeli. Namun, efektivitas relokasi masih menjadi perdebatan, di mana beberapa penelitian menunjukkan peningkatan kualitas pasar, sementara lainnya menemukan penurunan pendapatan pedagang akibat lokasi yang kurang strategis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui efektivitas relokasi pasar dalam memberikan dampak Peningkatan pendapatan bagi para pedagang Pasar Krempyeng 2) Untuk mengetahui tantangan dan peluang yang muncul dengan adanya relokasi pasar di Pasar Krempyeng.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis efektivitas relokasi pedagang di Pasar Krempyeng, Desa Mojorejo. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dengan pengelola pasar dan pedagang, serta dokumentasi. Pengolahan data dilakukan dengan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, sementara analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif. Keabsahan data diuji melalui perpanjangan penelitian, observasi mendalam, dan triangulasi. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai dampak relokasi terhadap ekonomi pedagang dan kesejahteraan pasar.

Hasil penelitian menunjukkan relokasi Pasar Krempyeng di Desa Mojorejo telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan pedagang. Wawancara dengan pengelola pasar dan beberapa pedagang menunjukkan bahwa relokasi ini membuat pasar lebih strategis dan menarik pelanggan dari luar daerah. Para pedagang yang beradaptasi dengan baik, seperti memanfaatkan media sosial untuk promosi dan menawarkan inovasi produk, mengalami peningkatan omset. Meskipun demikian, terdapat tantangan dalam proses relokasi, seperti persaingan yang semakin ketat dengan masuknya pedagang baru dan kesulitan awal dalam menarik pelanggan ke lokasi yang baru. Namun, dengan strategi yang tepat, tantangan tersebut dapat diatasi dan memberikan peluang bagi pedagang untuk berkembang.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	10
F. Metode Penelitian.....	17
G. Sistematika Pembahasan	25
BAB II KAJIAN TEORI	27
A. Efektivitas dalam kajian ekonomi.....	27
B. Relokasi.....	34
C. Pasar	35
D. Peningkatan Pendapatan.....	38
BAB III EFEKTIVITAS RELOKASI PASAR KREMPYENG DALAM MEMBERIKAN DAMPAK PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT DESA MOJOREJO	43
A. Profil Pasar Krempyeng	43
B. Efektivitas Relokasi Pasar dalam Memberikan Dampak Peningkatan Pendapatan bagi Para Pedagang Pasar Krempyeng	46
C. Tantangan dan Peluang yang Muncul Dengan Adanya Relokasi Pasar di Pasar Krempyeng.....	51

BAB IV ANALISIS EFEKTIVITAS RELOKASI PASAR KREMPYENG DALAM MEMBERIKAN DAMPAK PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT DESA MOJOREJO	59
A. Analisis Efektivitas Relokasi Pasar dalam Membeikan Dampak Peningkatan pendapatan bagi Para Pedagang Pasar Krempyeng.....	59
B. Analisis Tantangan dan Peluang yang Muncul Dengan Adanya Relokasi Pasar di Pasar Krempyeng.....	70
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
CURRICULUM VITAE.....	89



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara maritim yang memiliki sumber daya manusia dan sumber daya alam yang melimpah. Disisi lain Negara Indonesia masih termasuk kedalam kategori Negara berkembang dimana tingkat kemiskinannya sangat tinggi. Dalam hal ini usaha yang dapat dilakukan yang dilakukan pemerintah desa dalam meningkatkan perekonomian dinilai sangat penting mengingat bahwa pemerintah desa merupakan pemerintahan yang terendah.

Sumber daya alam yang dimiliki oleh Negara ini tidak secara otomatis bisa memberikan kamakmuran kepada masyarakatnya jika sumber daya manusianya tidak dapat megolahnnya atau memanfaatkannya dengan baik. Sumber daya manusia memiliki peran penting di dalam memakmurkan Negara. Sumber daya manusia ini memiliki peran ganda yaitu sebagai objek maupun subjek di dalam pembangunan. Oleh karena itu sumber daya manusia merupakan sasaran pembangunan untuk mendapatkan kesejahteraan sedangkan menurut subjek pembangunan sumber daya manusia memiliki peran sebagai pelaku pembangunan yang sangat menentukan kemajuan.¹

Pada saat ini perubahan terus dilakukan pemerintah desa untuk meningkatkan perekonomian. Banyak sekali usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan perekonomian baik itu perekonomian

¹ Nurul Huda, *Ekonomi pembangunan islam* (Prenada Media, 2017), 176.

individu maupun kelompok. Usaha yang dikategorikan sebagai usaha individu yaitu usaha ruko dan juga usaha-usaha produksi dalam skala rumahan sedangkan usaha yang kelompok salah satunya adalah pasar. Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui.² Pasar ada beberapa macam salah satunya yaitu pasar tradisional. Pasar tradisional yaitu pasar yang dalam proses pelaksanaannya masih menggunakan cara yang tradisional di mana penjual dan pembeli melakukan interaksi sepenuhnya secara langsung.³ Dengan adanya kegiatan transaksi yang secara langsung tersebut tidak dipungkiri bahwa manusia merupakan makhluk sosial.

Pasar tradisional tidak kalah eksis dengan pasar modern. Salah satu indikator yang nyata dalam kegiatan masyarakat adalah dengan adanya pasar tradisional. Meskipun saat ini sudah semakin banyak pasar yang modern namun pasar tradisional masih mampu bersaing dengan pasar modern hal tersebut dibuktikan dengan budaya masyarakat yang masih berbelanja di pasar tradisional.⁴ Namun dibalik pasar tradisional yang sampai sekarang ini masih dapat bertahan ada kendala yaitu kesan pasar tradisional yang dianggap jorok.⁵ Dalam hal ini upaya yang dilakukan

² Damsar Damsar dan Indrayani Indrayani, "Pengantar Sosiologi Pasar," *Jakarta: Kencana Prenada Media Group*, 2018, 10.

³ Tulus Tambunan, *Pasar Tradisional dan Peran UMKM* (Pt Penerbit IPB Press, 2020), 7.

⁴ Syaparuddin dan Sari Utami, *ISLAM dan Pasar Tradisional*, ed. oleh Jumriani, Muhammad Ardi, dan Rini Idayanti, *Trust Media Publishing*, 1 ed. (Yogyakarta: TrustMedia Publishing, 2019), 154.

⁵ Vidi Gestananto, I Gusti Gede Heru Marwanto, dan Teguh Pramono, "Implementasi Perda Nomor 1 Tahun 2020 Tentang Penyelenggaraan dan Pelayanan Pasar'," *Jurnal Interaksi: Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik* 1, no. 2 (2024): 228.

pemerintah desa untuk meningkatkan perekonomian dalam kategori kelompok adalah dengan melakukan relokasi pasar tradisional.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Prihadi, relokasi pasar tradisional dimaksudkan untuk mengubah keadaan lingkungan pasar menjadi jauh lebih baik daripada sebelumnya. Ia menjelaskan bahwa relokasi pasar tradisional yang dilakukan oleh pemerintah setempat telah berhasil menjadikan pasar tradisional menjadi pasar yang berstandar nasional disertai dengan peningkatan pendapatan para pedagang secara signifikan.⁶ Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Nurmasyahyati, modernisasi pasar tradisional jika dijalankan dengan sebaik mungkin menghasilkan pasar yang lebih tertata, nyaman, serta bersih. Sehingga para pedagang dan pembeli lebih nyaman dalam melakukan transaksi jual beli. Ia mengatakan bahwa dalam merelokasikan pasar tradisional memerlukan pendekatan secara komprehensif kepada tiap pedagang, sehingga akan lebih mudah dalam menekan efektivitasnya.⁷

Namun fakta di lapangan, menunjukkan bahwa relokasi pasar tradisional tidak sepenuhnya memberikan dampak positif. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa relokasi pasar tradisional justru menyebabkan penurunan pendapatan bagi para pedagang. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Rani yang melakukan analisis dampak dari

⁶ Annisa Dea Mulyana, "Pengaruh Kebijakan Revitalisasi Pasar Johar Semarang Terhadap Kepercayaan Publik Pada Kepemimpinan Walikota Hendrar Prihadi" (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang., 2023).

⁷ Nurmasyahyati Nurmasyahyati dkk., "Efektivitas Kebijakan Pemerintah Dalam Pemindahan Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Jalan Pase Kota Lhokseumawe: Studi Di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 6 (2024): 7267–74.

relokasi pasar tradisional di Banda Aceh. Relokasi pasar tradisional yang dilakukan oleh pemerintah setempat justru menimbulkan kerugian signifikan bagi para pedagang. Dari hasil penelitiannya, dapat dijelaskan bahwa penurunan pendapatan para pedagang disebabkan lokasi relokasi pasar yang jauh dari keramaian, di mana berbeda dengan sebelum dilakukan relokasi yang bertempat di pusat kota Banda Aceh. Para konsumen lebih memilih membeli di toko sekitar daripada harus jauh-jauh pergi ke pasar untuk membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari.⁸ Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Ermita, dijelaskan bahwa relokasi pasar tradisional terhadap para pedagang di pasar Kertosono menimbulkan tidak setujuan dari hampir semua pedagang. Hal itu karena kurangnya kematangan pemerintah dalam menyiapkan lahan relokasi yang memadai, di mana para pedagang mengeluh tempat relokasi yang sempit serta sulitnya aksesibilitas bagi para pembeli mengakibatkan penurunan pendapatan yang cukup signifikan.⁹

Menurut Malano, efektivitas relokasi pasar tradisional ditentukan oleh beberapa faktor penting. Pertama, keterlibatan pedagang sejak awal perencanaan agar kebutuhan mereka terakomodasi dan meminimalkan penolakan. Lokasi baru harus strategis dan mudah diakses oleh pembeli dan pedagang, didukung dengan fasilitas memadai seperti area parkir, sanitasi, dan ruang jual beli yang layak. Pemerintah juga perlu menyosialisasikan tujuan serta manfaat relokasi, menetapkan kebijakan tarif yang adil, dan

⁸ Cut Fitri Yani, "Dampak Kebijakan Relokasi Pasar Tradisional Peunayong terhadap Pendapatan Pedagang Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pasar Al-Mahirah Kota Banda Aceh)" (UIN Ar-Raniry, 2021).

⁹ Ermita Yusida, Frada Nadya Megatara Putra, dan Hadi Sumarsono, "Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Kertosono Kabupaten Nganjuk," *Ecoplan* 4, no. 1 (2021): 54–66.

menjalin komunikasi yang baik dengan pedagang. Selain itu, evaluasi dan pemantauan pasca-relokasi penting dilakukan untuk memastikan dampaknya terhadap pendapatan pedagang serta kenyamanan dan keberlanjutan pasar baru.¹⁰

Relokasi pasar tradisional tak hanya tentang tempat, melainkan juga efisiensi yang harus diutamakan baik bagi para pedagang maupun pembeli. Pameling mengatakan bahwa, modernisasi pasar tradisional merupakan langkah yang harus diambil sebagai upaya pemerintah dalam meningkatkan pendapatan serta kualitas produk secara berbarengan. Apabila keduanya terpenuhi dengan baik, maka akan menghasilkan lingkungan jual beli yang lebih sehat serta lebih efisien bagi para konsumen maupun pedagang.¹¹ Salah satu contoh dari tindakan yang dapat diambil adalah dengan menyederhanakan proses pembayaran yang semula hanya menerima uang cash sebagai wujud transaksi, menjadi juga menerima layanan non tunai. Menurut Silvia, transaksi melalui non tunai mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli. Sehingga apabila diterapkan pada pasar tradisional akan menciptakan kesan positif bagi para pembeli dalam melakukan transaksi.¹²

Pendekatan antara pedagang pejabat dengan pedagang juga harus menjadi perhatian khusus dalam merelokasikan pasar tradisional.

¹⁰ Herman Malano, *Selamatkan pasar tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 163–65.

¹¹ Dwika Putri Pameling, Gustrina Sari, dan Nor Faradea, “Pengaruh Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional di Era Digital,” *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)* 7, no. 4 (2024): 116225.

¹² Silvia Apriliana dan Shinta Maharani, “Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai, Kemnfataan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Konsumen Bertransaksi Melalui Quick Response Code Indonesia Standar di Karesidenan Madiun,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 16, no. 2 (2024): 101–8, <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.310>.

Pemerintahan setempat terkhususnya pemerintahan desa, haruslah melakukan pendekatan secara langsung kepada para pedagang sebelum melakukan relokasi dengan cara bertemu langsung dengan para pelaku usaha tersebut. Pemerintah desa haruslah menyampaikan maksud yang jelas dari adanya relokasi tersebut. mereka juga harus mencari solusi-solusi dari permasalahan yang ada di lapangan. Kerja sama antara pemerintah setempat dengan pedagang bisa melalui BUM Desa. Seperti halnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhtadin, yang membahas mengenai kerja sama antara pedagang pasar dengan pemerintahan setempat melalui BUM Desa. Melalui BUM Desa, sebuah pasar akan dapat dikelola dengan baik sehingga dapat menghasilkan keuntungan baik itu bagi desa ataupun pedagang-pedagangnya itu sendiri.¹³

Di Ponorogo sendiri terdapat banyak sekali pasar-pasar tradisional yang menjadi sarana masyarakat setempat mencari pundi-pundi rupiah. Salah satu contoh pasar tradisional yang ada di Ponorogo dan sudah beroperasi sejak lama adalah Pasar Krempyeng yang terdapat di Desa Mojorejo, Kecamatan Jetis. Pasar Krempyeng ini merupakan pasar yang tergolong unik karena berada di sepanjang jalan dan hanya buka setiap seminggu sekali. Namun, pasar ini kerap kali menimbulkan kesan jorok dan kumuh, serta mengganggu kelancaran lalu lintas karena aktivitas jual-beli dilakukan di badan jalan. Oleh karena itu, pemerintah Desa Mojorejo berupaya untuk menghilangkan kesan jorok tersebut dengan melakukan

¹³ Muhtadin Amri dkk., "Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan dan Branding BUM Desa Kutukulon dan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Jetis Ponorogo," *ULTAN Journal of Social Sciences and Humanities* 1, no. 2 (2022): 74.

relokasi pembangunan pasar. Relokasi dilakukan dengan memindahkan lokasi pasar dari jalan ke tanah yang lebih lapang agar tidak mengganggu pengguna jalan. Tujuan dari relokasi ini tidak hanya untuk menciptakan lingkungan pasar yang lebih bersih, rapi, dan tertata, tetapi juga untuk meningkatkan kenyamanan baik bagi pedagang maupun pembeli. Selain itu, relokasi ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan pasar, menambah daya tarik pasar tradisional sebagai pusat aktivitas ekonomi desa, serta mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat secara lebih berkelanjutan. Langkah ini juga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan asli desa melalui retribusi pasar yang lebih teratur dan terkelola dengan baik.

Namun demikian, meskipun relokasi pasar telah dilaksanakan oleh pemerintah desa dengan harapan dapat menciptakan lingkungan pasar yang lebih tertata, bersih, dan nyaman, serta memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan para pedagang, kenyataannya belum ada kajian mendalam yang secara spesifik mengevaluasi hasil dari kebijakan tersebut. Sampai saat ini belum diketahui secara pasti apakah relokasi pasar Krempyeng benar-benar berhasil meningkatkan kesejahteraan para pedagang, menarik lebih banyak konsumen, dan mendorong pertumbuhan ekonomi di Desa Mojorejo. Tidak adanya data atau analisis terukur mengenai dampak relokasi tersebut menjadikan kebijakan ini rentan terhadap penilaian subjektif dan potensi kegagalan dalam pencapaian tujuan awalnya.

Lebih jauh lagi, relokasi pasar yang dilakukan tanpa evaluasi menyeluruh dapat menimbulkan risiko sosial dan ekonomi, seperti

penurunan omzet pedagang, terganggunya aktivitas ekonomi masyarakat, serta munculnya konflik antara pedagang dan pemerintah desa. Selain itu, tidak adanya indikator keberhasilan yang jelas setelah relokasi membuat pemerintah desa kesulitan dalam merumuskan langkah strategis ke depan untuk pengelolaan pasar dan peningkatan pendapatan masyarakat secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk dilakukan agar dapat memberikan gambaran yang objektif dan berbasis data mengenai efektivitas relokasi pasar Krempyeng.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diketahui sejauh mana relokasi tersebut berdampak terhadap aktivitas ekonomi masyarakat, terutama dari sisi pendapatan para pedagang. Hasil penelitian ini juga akan memberikan kontribusi dalam bentuk rekomendasi kebijakan yang relevan dan aplikatif bagi pemerintah desa dalam mengelola pasar tradisional secara lebih baik di masa mendatang. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya penting secara akademis, tetapi juga secara praktis bagi pengambil kebijakan di tingkat desa dalam upaya menciptakan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Dengan adanya kegiatan pasar tradisional tersebut dan didukung dengan aktivitas pasar yang tergolong sudah lama tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang keefektifan pembangunan pasar Krempeyeng tersebut dalam meningkatkan perekonomian di Desa Mojorejo dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Efektivitas Relokasi Pasar Krempeyeng Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan di Desa Mojorejo Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo”**

B. Rumusan Masalah

Untuk memudahkan pembahasan agar lebih terarah, penulis akan merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana efektivitas relokasi pasar dalam memberikan dampak Peningkatan pendapatan bagi para pedagang Pasar Krempyeng?
2. Apa saja tantangan dan peluang yang muncul dengan adanya relokasi pasar di Pasar Krempyeng?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisa secara menyeluruh jawaban dari rumusan masalah yang dirinci sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui efektivitas relokasi pasar dalam memberikan dampak Peningkatan pendapatan bagi para pedagang Pasar Krempyeng
2. Untuk mengetahui tantangan dan peluang yang muncul dengan adanya relokasi pasar di Pasar Krempyeng.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi semua pihak. Adapun manfaat atau kegunaan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu mendukung teori efektivitas relokasi pasar.
 - b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian sejenis sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih mendalam.
2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pedagang sekaligus pengelola Pasar Krempyeng sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah kebijaksanaan di masa mendatang, khususnya di bidang pengelolaan Pasar Krempyeng.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu atau kajian pustaka ini dimaksudkan sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan terhadap penelitian sebelumnya. Maka penulis menemukan beberapa penelitian yang sesuai dengan topik dan masalah yang akan diangkat, antara lain:

Anugrah Akbara A. Efektivitas Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kota Makassar. Universitas Muhammadiyah Makasar, 2021. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan tipe deskriptif, dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada informan yang dianggap mengetahui dan dipercaya dalam memberikan informasi yang akurat. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab keefektifitasan kebijakan relokasi pedagang kaki lima yang berada di kota Makassar. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas kebijakan relokasi pedagang kaki lima di kota Makassar sedikit mengalami gangguan yang diakibatkan oleh aksi protes pedagang yang menolak untuk dipindahkan di lokasi yang baru. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah peneliti Anugrah Akbara melakukan penelitian efektivitas kebijakan relokasi pada pedagang kaki lima sedangkan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan kepada pedagang pasar untuk mengetahui seberapa efektif

kegiatan pada pasar tersebut setelah dilakukannya relokasi. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang efektivitas relokasi tempat dagang dengan jenis penelitian kualitatif.¹⁴

Penelitian dilakukan oleh M. Elki Ismuhamdan, Prajoko, dan Winda Apriandari dengan judul "Klasifikasi Efektivitas Kebijakan Relokasi Pusat Jajanan Kota Sukabumi Menggunakan Algoritma Naïve Bayes Classifier." Penelitian ini bertujuan untuk mengklasifikasi dan mengukur efektivitas kebijakan relokasi pusat jajanan Kota Sukabumi berdasarkan pendapat masyarakat dan pedagang melalui penggunaan algoritma Naïve Bayes Classifier dalam metode Knowledge Discovery in Databases (KDD). Dari 368 data pendapat, sebanyak 52,45% diklasifikasi sebagai "Efektif," sementara 47,55% sebagai "Tidak Efektif," dengan akurasi pengukuran sebesar 97,02%. Penelitian ini menggunakan metode berbasis data mining untuk mengevaluasi kebijakan publik secara kuantitatif dan mendalam. Dibandingkan dengan penelitian yang akan dilakukan, fokus utama penelitian ini adalah pada analisis efektivitas kebijakan relokasi dengan pendekatan teknologi dan algoritma pembelajaran mesin. Sementara itu, penelitian tentang relokasi Pasar Krempyeng di Mojorejo lebih menitikberatkan pada aspek sosial-ekonomi, dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami dampaknya terhadap ekonomi pedagang dan masyarakat. Perbedaan lainnya adalah pada subjek penelitian, di mana penelitian Sukabumi menargetkan pedagang kaki lima dan masyarakat

¹⁴ Anugrah Akbar, Muhammad Tahir, dan Nasrulhaq Nasrulhaq, "Efektifitas Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kota Makassar," *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)* 2, no. 4 (2021): 1398–1411.

umum, sedangkan penelitian Pasar Krempyeng menargetkan pasar tradisional di desa Mojorejo. Persamaan keduanya adalah sama-sama meneliti efektivitas kebijakan relokasi pasar.¹⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Feby Anggraini pada tahun 2022 di Banda Aceh bertujuan untuk menganalisis efektivitas relokasi Pasar Peunayong ke Pasar Al-Mahirah Lamdingin dalam mendukung program tata kota dan wisata melalui pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan tujuh informan (pejabat terkait, pedagang, dan tukang parkir), serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa relokasi ini dinyatakan efektif karena fasilitas pasar baru yang lengkap dan tata kelola yang baik, meskipun terdapat hambatan seperti jarak pasar yang jauh dari pusat keramaian dan asumsi penurunan pendapatan pedagang. Berbeda dengan penelitian ini, penelitian yang akan dilakukan akan berfokus pada efektivitas relokasi Pasar Krempyeng di Desa Mojorejo dalam meningkatkan perekonomian lokal, dengan subjek penelitian berupa pedagang, pembeli, dan aparat desa, serta mempertimbangkan faktor ekonomi yang lebih spesifik di wilayah tersebut.¹⁶

Penelitian dilakukan oleh Nurmaryahyati, Fidhia Aruni, Muhaddis, Ratna Farida, dan Fauzan dengan judul "Efektivitas Kebijakan Pemerintah Dalam Pemindahan Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Jalan Pase Kota

¹⁵ M Elki Ismuhamdan, Prajoko Prajoko, dan Winda Apriandari, "Klasifikasi Efektivitas Kebijakan Relokasi Pusat Jajanan Kota Sukabumi Menggunakan Algoritma Naïve Bayes Classifier," *Bit (Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur)* 20, no. 2 (2023): 103–12.

¹⁶ Feby Anggraini, "Efektivitas Relokasi Pasar Peunayong Ke Al-Mahirah Lamdingin Banda Aceh" (UIN Ar-Raniry, 2022).

Lhokseumawe: Studi Di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe", yang bertujuan untuk mendeskripsikan efektivitas kebijakan pemerintah dalam relokasi PKL untuk menciptakan infrastruktur kota yang tertib dan rapi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap 9 informan yang dipilih secara purposif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan relokasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Lhokseumawe melalui Peraturan Walikota Nomor 06 Tahun 2010 belum efektif, karena 38 dari 270 PKL menolak pindah ke lokasi baru yang disediakan, dengan alasan lokasi yang kurang strategis dan tidak sesuai dengan kondisi mereka. Hambatan utama dalam relokasi adalah ketidaksesuaian tempat baru dengan kebutuhan pedagang dan pendekatan pemerintah yang kurang manusiawi, sehingga banyak PKL tetap berjualan di tempat lama. Dibandingkan dengan penelitian yang akan dilakukan, penelitian ini lebih berfokus pada kebijakan pemerintah dalam merelokasi pedagang kaki lima di area perkotaan untuk menciptakan keteraturan dan estetika kota, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berorientasi pada efektivitas relokasi pasar tradisional sebagai upaya Peningkatan pendapatan di desa Mojorejo, dengan melibatkan peran pedagang dan pemerintah desa dalam menciptakan kenyamanan dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.¹⁷

¹⁷ Nurmasyahyati dkk., "Efektivitas Kebijakan Pemerintah Dalam Pemindahan Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Jalan Pase Kota Lhokseumawe: Studi Di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe."

Penelitian dilakukan oleh Casey Meilinda Sapulete, Welson Y. Rompas, dan Novie Palar dengan judul "Evaluasi Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara", yang bertujuan untuk mengevaluasi implementasi kebijakan relokasi PKL berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2019 dengan menggunakan indikator evaluasi kebijakan William Dunn, yaitu efektivitas, efisiensi, kecukupan, pemerataan, responsivitas, dan ketepatan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta melibatkan informan seperti aparat Satpol PP, kepala dinas terkait, pedagang, dan masyarakat sekitar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kebijakan relokasi belum berjalan optimal karena berbagai kendala, seperti kurangnya kepatuhan pedagang, ketidakcocokan lokasi baru dengan kebutuhan PKL, dan lemahnya pengawasan aparat. Meskipun pemerintah telah menyediakan tempat baru, banyak pedagang yang kembali berjualan di lokasi semula karena merasa tempat relokasi tidak strategis. Dibandingkan dengan penelitian penelitian yang akan dilakukan, penelitian ini lebih menyoroti evaluasi efektivitas kebijakan pemerintah dalam konteks kepatuhan pedagang dan peran aparat dalam implementasi peraturan daerah, sedangkan penelitian akan dilakukan berfokus pada efektivitas relokasi pasar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa Mojorejo

dengan pendekatan yang lebih berorientasi pada pemberdayaan ekonomi lokal.¹⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Miftahudin, dengan judul penelitian "Efektivitas Relokasi Lapak Pedagang Pasar Atas Curup dalam Perspektif Ekonomi Islam" bertujuan untuk menganalisis efektivitas relokasi pasar yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Rejang Lebong, khususnya dalam meningkatkan minat beli masyarakat dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang, dengan pendekatan ekonomi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa relokasi tersebut kurang efektif karena lokasi baru yang tidak strategis, akses jalan yang buruk, serta menurunnya jumlah pembeli dan pendapatan pedagang, yang berimplikasi pada ketidaknyamanan para pedagang. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan, terletak pada fokus dan pendekatan, di mana penelitian yang akan dilakukan lebih berorientasi pada optimalisasi tata kelola pasar atau aspek yang berbeda, sementara penelitian Miftahudin menitikberatkan pada efektivitas relokasi dalam perspektif ekonomi Islam.¹⁹

Penelitian dilakukan oleh Gustin Pujirahayu dengan judul "Dampak Pelaksanaan Kebijakan Relokasi Pasar Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang di Pasar Subuh Balong Ponorogo". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kendala yang dihadapi pedagang terkait kebijakan relokasi pasar, kritik pedagang terhadap kebijakan tersebut, dan dampak relokasi

¹⁸ Casey Meilinda Sapulete, Welson Rompas, dan Novie Andres Palar, "Evaluasi Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara," *Jurnal Administrasi Publik* 8, no. 120 (2022).

¹⁹ Miftahudin Miftahudin, Muhammad Istan, dan Rahman Arifin, "Efektivitas Relokasi Lapak Pedagang Pasar Atas Curup Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (IAIN Curup, 2022).

terhadap tingkat pendapatan pedagang. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, data diperoleh melalui wawancara langsung dengan pedagang dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa relokasi pasar memberikan dampak negatif pada mayoritas pedagang, termasuk penurunan pendapatan hingga 40%-50%, yang disebabkan lokasi pasar baru kurang strategis, sarana prasarana tidak memadai, serta akses pembeli yang sulit. Beberapa pedagang merasa pendapatan mereka stabil, tetapi secara keseluruhan relokasi menimbulkan ketidakpuasan. Dibandingkan dengan penelitian yang akan dilaksanakan, penelitian ini lebih fokus pada dampak langsung kebijakan relokasi terhadap pendapatan pedagang, sementara penelitian yang akan dilaksanakan menitikberatkan pada efektivitas relokasi sebagai upaya meningkatkan ekonomi secara keseluruhan.²⁰

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas, peneliti merumuskan beberapa poin yang menjadi unggulan dari penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Fokus utama penelitian sebelumnya banyak menitikberatkan pada relokasi pedagang kaki lima di wilayah perkotaan, seperti di Makassar, Manado, Lhokseumawe, dan Sukabumi, sementara penelitian ini secara spesifik mengkaji relokasi pasar tradisional di wilayah pedesaan, yaitu Pasar Krempyeng di Desa Mojorejo. Dari segi pendekatan penelitian, beberapa studi sebelumnya menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan data mining atau algoritma klasifikasi, seperti penelitian di Sukabumi yang menggunakan Naïve Bayes Classifier. Sebaliknya,

²⁰ Gustin Pujirahayu, "Dampak Pelaksanaan Kebijakan Relokasi Pasar Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Di Pasar Subuh" (IAIN Ponorogo, 2023).

penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami dampak sosial-ekonomi relokasi bagi pedagang dan masyarakat sekitar secara lebih mendalam.

Selain itu, indikator keberhasilan relokasi dalam penelitian sebelumnya cenderung menilai efektivitas kebijakan dari segi implementasi pemerintah, sedangkan penelitian ini lebih menitikberatkan pada efektivitas relokasi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi pedagang dan pembeli di Pasar Krempyeng. Studi terdahulu juga banyak menunjukkan bahwa relokasi sering kali menyebabkan penurunan pendapatan pedagang akibat lokasi baru yang kurang strategis, sementara penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah relokasi Pasar Krempyeng justru memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan pedagang dan daya beli masyarakat. Selain itu, penelitian sebelumnya umumnya hanya menilai keberhasilan relokasi tanpa mengeksplorasi strategi keberlanjutan pasar setelah relokasi dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini juga berupaya mengkaji strategi pengelolaan pasar pasca relokasi guna memastikan pasar tetap berkembang dan memberikan manfaat bagi pedagang serta masyarakat sekitar. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam memahami efektivitas relokasi pasar tradisional sebagai upaya peningkatan ekonomi di wilayah pedesaan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*Field Research*), di mana peneliti melakukan observasi langsung untuk

mengumpulkan data mengenai efektivitas relokasi pedagang di Pasar Krempyeng, Desa Mojorejo. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yang menitikberatkan pada analisis mendalam tanpa menggunakan metode perhitungan statistik atau bentuk kuantifikasi lainnya. Fokus utama penelitian ini adalah menggali secara menyeluruh efektivitas proses relokasi pasar di desa tersebut.

2. Lokasi/Tempat Penelitian Lapangan

Menurut Sugiyono, lokasi penelitian merupakan tempat yang menunjukkan dimana penelitian dilakukan, lokasi ini mengacu pada wilayah tertentu atau suatu lembaga tertentu dalam masyarakat.²¹ Dalam penelitian ini lokasi yang dijadikan sebagai objek adalah pasar Krempyeng yang berada di desa Mojorejo kecamatan jetis kabupaten ponorogo. Pasar Krempyeng ini merupakan pasar yang berada di lokasi yang strategis, karena letaknya yang berada di tepi jalan raya penghubung antara desa tegalsari, desa joresan dan juga desa gandu. Pasar Krempyeng ini merupakan salah satu pasar tradisional yang berada di kecamatan jetis. Pasar ini selalu ramai dengan pengunjung yang tidak hanya berasal dari dalam desa saja.

3. Data dan Sumber Data

²¹ Suriasumantri Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. : Alfabeta, *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra (Bandung, 2017), 399.

Data adalah fakta, informasi atau keterangan yang merupakan bahan baku penelitian yang digunakan sebagai bahan pemecah masalah atau mengungkap suatu gejala.²²

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Data mengenai proses relokasi pasar Krempyeng Desa Mojorejo
- b. Data mengenai peningkatan pendapatan para pedagang di Pasar Krempyeng
- c. Data mengenai tantangan yang muncul pada saat dan pasca adanya relokasi pasar Krempyeng, desa Mojorejo
- d. Data mengenai peluang yang muncul setelah adanya relokasi pasar

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*.²³ Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara dengan Sekertaris Desa Mojorejo sekaligus pengelola pasar Krempyeng. Narasumber dipilih melalui teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono, Purposive sampling adalah cara menentukan sampel dengan melalui pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut bisa

²² J Moleong Lexy, "Metodologi penelitian kualitatif," *Bandung: Remaja Rosdakarya*, 2002.86.

²³ Andi Yuniarti dan Ahmad Muhtamar, "Pengaruh Self Efficacy dan Locus Of Control Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telekomunikasi Sengkang," *SEIKO: Journal of Management & Business* 4, no. 3 (2022): 375–84.

berupa pengetahuan yang paling banyak atau yang memiliki partisipasi terkait kegiatan penelitian yang dilaksanakan.²⁴ Selain ini juga kepada tiga perwakilan pedagang yang dipilih secara acak untuk menggali lebih dalam mengenai dampak relokasi pasar Krempyeng kepada mereka secara langsung.

b. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain-lain.²⁵ Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer.

Dalam penelitian ini, data sekunder yang dipakai adalah laporan keuangan dari para pedagang di pasar Krempyeng yang dibukukan oleh pihak pengelola pasar.

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah suatu teknik atau cara mengumpulkan data yang sistematis terhadap obyek penelitian baik secara langsung

²⁴ Soegiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 19 ed. (Bandung: ALFABETA, 2011), 85.

²⁵ Ibid., 68.

maupun tidak langsung.²⁶ Observasi ini dilakukan untuk mengamati kegiatan jual beli pasar Krempyeng di desa Mojorejo.

b. Wawancara

Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewed*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.²⁷

Dalam penelitian ini, teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara semi terstruktur. Menurut Hardiyandisyah dalam Edi (2015), wawancara semi terstruktur adalah wawancara terbuka tetapi memiliki batasan jawaban dari yang diharapkan. Artinya, pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan terbuka namun peneliti memfokuskan jawaban pada konteks yang menjadi tujuan utama dan hanya mengambil poin-poin yang sesuai dengan konteks.²⁸

Dalam wawancara ini penulis melakukan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian yaitu pihak pengelola pasar Krempyeng, yaitu Bapak Hery Pranoto serta tiga pedagang pasar Krempyeng yaitu . Kemudian narasumber memberikan pertanyaan dengan terbuka yang nantinya akan dianalisis

²⁶ Hardani Ahyar dkk., “Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif,” Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.125.

²⁷ Ibid., 137.

²⁸ Fandi Rosi Sarwo Edi, *teori wawancara Psikodignostik* (Penerbit LeutikaPrio, 2016),

peneliti untuk diambil hal-hal yang penting yang sesuai dengan kontkesnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode ini lebih mudah dibandingkan dengan metode pengumpulan data yang lain.²⁹

Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan pada beberapa dokumen laporan keuangan para pedagang pasar Krempeyeng serta dokumentasi kegiatan.

5. Teknik Pengolahan Data

a. Reduksi data (*data reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Redaksi data dapat

²⁹ Ibid., 149.

dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek.³⁰

b. Penyajian data

Penyajian data adalah kegiatan mengelompokkan data yang telah direduksi. Pengelompokkan data dilakukan dengan menggunakan label atau lainnya.³¹

c. Kesimpulan

Kesimpulan yakni temuan yang belum pernah ada. Temuan disini bisa berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang dulunya belum jelas dan setelah diteliti menjadikan lebih jelas, yang kemudian menarik kesimpulan dari awal hingga akhir pengumpulan data, peneliti mencari beberapa kesimpulan awal sehingga dapat disusun secara urut dan runtut.

6. Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Pekerjaan analisis data dalam hal ini ialah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengkategorikannya.³²

³⁰Laudia Tysara, 10 Ciri- Ciri Penelitian Kualitatif, Pengertian, dan Jenis –Jenisnya, dalam <https://m.liputan6.com/hot/read/4678586/10-ciri-ciri-penelitian-kualitatif-pengertian-dan-jenis-jenisnya>, (diakses pada tanggal 06 September 2022 jam 08.00).

³¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: ALFABETA,cv, 2017), 213.

³² Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar metodologi penelitian* (literasi media publishing, 2015).120.

Sifat analisis dalam penelitian kualitatif adalah penguraian apa adanya fenomena yang terjadi (*deskriptif*) disertai penafsiran terhadap arti yang terdukung dibalik tampak (*interpretif*).³³ Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif, dimana tujuan dari analisis ini adalah untuk menggambarkan secara sistematis, faktual serta akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Penelitian deskriptif lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif kemudian diuraikan dalam bentuk deskriptif.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Agar data-data yang diperoleh dari tempat penelitian dan para informan memperoleh keabsahan maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

a. Perpanjangan penelitian di lapangan

Peneliti harus tinggal di tempat penelitian cukup lama, dengan tujuan: (1) agar dapat menumbuhkan kepercayaan diri dari subyek yang diteliti; (2) agar memahami atau mengalami sendiri kompleksitas situasi; dan (3) agar dapat menghindarkan distorsi akibat kehadiran peneliti di lapangan. Lamanya waktu bagi seorang peneliti kualitatif untuk tinggal di tempat penelitian tidak dapat ditetapkan dan tergantung pada sempit atau luasnya cakupan masalah penelitian.³⁴

³³ Andi Mappiare, "Dasar-dasar Metodologi Riset Kualitatif Untuk Ilmu Sosial dan Profesi," *Malang: Jengala Pustaka Utama Bersama Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang*, 2009.80.

³⁴ Ahyar dkk., "Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif." 202.

b. Observasi yang mendalam

Observasi yang dilakukan terus menerus adalah suatu teknik yang digunakan untuk memahami suatu gejala yang lebih mendalam.³⁵

c. Triangulasi

Triangulasi atau melihat sesuatu dari berbagai sudut, artinya bahwa verifikasi dari penemuan dengan menggunakan berbagai sumber data dan berbagai metode pengumpulan data.³⁶

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, maka pembahasan dibagi menjadi 5 bab. Dari bab per bab tersebut terdapat sub-sub bab yang merupakan rangkaian untuk pembahasan dalam penelitian. Sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian (jenis dan pendekatan penelitian, lokasi atau daerah penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data).

Bab II adalah kajian teori pemberdayaan dan kesejahteraan. Pada bab ini menguraikan teori tentang pemberdayaan dan kesejahteraan yang berhubungan dengan masyarakat khususnya pemuda.

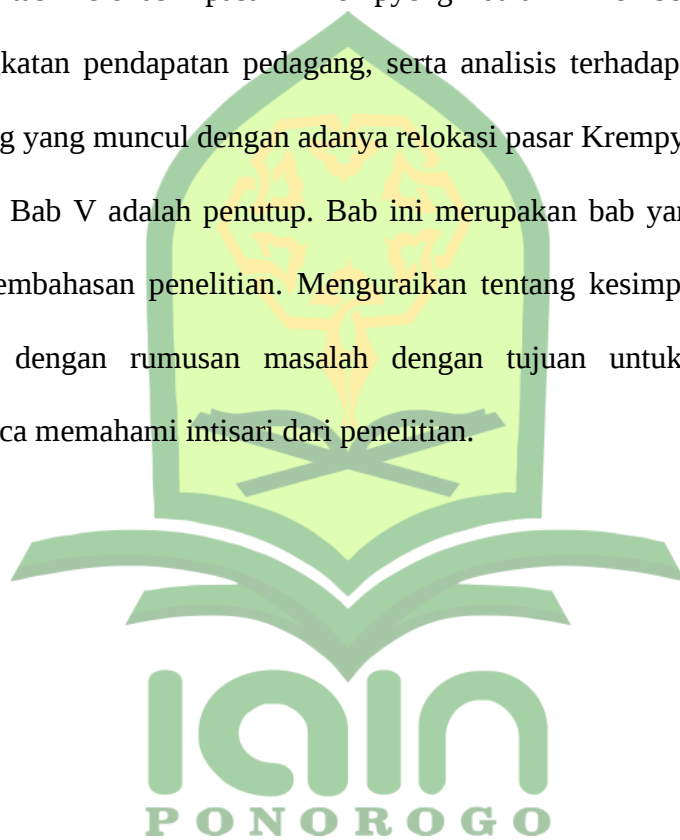
³⁵ Ibid., 202.

³⁶ Ibid., 203.

Bab III adalah paparan data. Pada bab ini menguraikan gambaran umum lokasi penelitian, data tentang efektivitas relokasi pasar Krempyeng desa Mojorejo dalam memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan para pedagang, dan tantangan serta peluang dari adanya relokasi pasar Krempyeng.

Bab IV adalah analisa data. Bab ini merupakan analisa data tentang efektivitas relokasi pasar Krempyeng dalam memberikan dampak peningkatan pendapatan pedagang, serta analisis terhadap tantangan dan peluang yang muncul dengan adanya relokasi pasar Krempyeng.

Bab V adalah penutup. Bab ini merupakan bab yang paling akhir dari pembahasan penelitian. Menguraikan tentang kesimpulan dan saran sesuai dengan rumusan masalah dengan tujuan untuk memudahkan pembaca memahami intisari dari penelitian.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Efektivitas dalam kajian ekonomi

Efektivitas berasal dari bahasa Inggris yaitu *Effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Di dalam kamus ilmiah populer juga mendefinisikan bahwa efektivitas sebagai ketepatan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan.¹ Efektivitas menurut Ratminto dan Etik Septi Winarsih ketercapaian suatu tujuan yang telah ditetapkan, baik dalam segi bentuk, target, sasaran jangka maupun misi suatu organisasi.² Dalam kajian dunia ekonomi, efektivitas mencakup kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya secara optimal guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik itu dalam bentuk peningkatan produktivitas, pertumbuhan ekonomi, maupun kesejahteraan masyarakat.³ Efektivitas merujuk pada ketercapaian tujuan yang telah ditentukan berdasarkan target, bentuk, atau sasaran jangka pendek maupun jangka panjang.

Efektivitas ini merupakan suatu gambaran yang mencerminkan tentang suatu keberhasilan atas sesuatu hal atau secara singkat dapat dikatakan sebagai bentuk ketercapaian tujuan. Dengan adanya kegiatan pasar Krempyeng yang sudah berjalan lama dan dengan didukung adanya relokasi

¹ Andi Aditya Putra, Andi Rusdi Untung, dan Iwan Mamminanga, "Efektivitas Pelayanan Publik Pada Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Wajo," *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 3, no. 1 (2023): 134.

² Galih Widyatmoko, "Kepemimpinan Kyai dalam Meningkatkan Kinerja Tenaga Pendidik di Pondok Pesantren," *Journal of Educational Research* 2, no. 2 (2023): 244.

³ Acep Samsudin dkk., "Konsep, Fungsi, Dan Aplikasi Manajemen Sumber Daya Manusia Secara Efektif Dan Efisien Untuk Mencapai Tujuan Organisasi," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 17 (2024): 28–39.

tempat yang lebih nyaman, maka diharapkan pasar tersebut atau kegiatan jual beli yang berjalan dipasar Krempyeng tersebut dalam mampu memberikan peningkatan perekonomian untuk penjual maupun keuangan desa.

Menurut Henry, Brian dan White (dalam Samodra W.,1994:65) ada beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas program atau kebijakan yaitu:⁴

a. Waktu pencapaian.

Waktu pencapaian merujuk pada durasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dari suatu program atau kebijakan. Efektivitas dapat dilihat dari kemampuan pelaksana untuk menjalankan rencana sesuai jadwal yang telah ditentukan. Program yang selesai tepat waktu menunjukkan perencanaan yang matang, pengelolaan sumber daya yang baik, serta koordinasi yang efisien di antara semua pihak yang terlibat.⁵ Ketepatan waktu ini penting karena biasanya berkaitan langsung dengan efisiensi biaya dan alokasi sumber daya.

Selain itu, keterlambatan dalam pencapaian tujuan dapat menyebabkan berkurangnya manfaat yang dirasakan oleh penerima program. Sebagai contoh, program yang dirancang untuk mendukung pemulihan ekonomi pasca bencana harus segera dilaksanakan agar

⁴ Muhammad Sugeng Santoso, “Efektivitas Pelaksanaan Kebijakan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima di Sentra Wisata Kuliner Deles Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya” (UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945, 2018).

⁵ Mochammad Hendy Wicaksono, R Machmud Sugandi, dan Imam Alfianto, “Pengendalian Durasi Optimal pada Pembangunan Myze Hotel Sumenep Menggunakan CPM dan Metode PERT,” *Bentang: Jurnal Teoritis dan Terapan Bidang Rekayasa Sipil* 12, no. 1 (2024): 52.

dampak positifnya dapat dirasakan oleh masyarakat. Jika pelaksanaannya tertunda, masyarakat mungkin kehilangan peluang untuk bangkit lebih cepat, sehingga efektivitas program menjadi dipertanyakan.

b. Tingkat pengaruh yang diinginkan.

Tingkat pengaruh yang diinginkan mengacu pada sejauh mana tujuan program atau kebijakan tercapai sesuai dengan dampak yang telah direncanakan. Pengaruh ini dapat mencakup perubahan signifikan pada berbagai aspek, seperti kondisi sosial, ekonomi, atau perilaku masyarakat yang menjadi target kebijakan. Efektivitas suatu program diukur berdasarkan kemampuannya untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Sebagai contoh, program pelatihan keterampilan dianggap efektif jika berhasil meningkatkan kemampuan kerja peserta, sehingga mereka lebih siap bersaing di pasar kerja dan pada akhirnya mampu mengurangi tingkat pengangguran di daerah tersebut.

Selain memberikan dampak langsung, penting untuk mempertimbangkan dampak tidak langsung dari kebijakan atau program tersebut. Program yang efektif tidak hanya berfokus pada indikator utama tetapi juga mampu menciptakan efek berantai yang mendukung perbaikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat.⁶ Sebagai ilustrasi, pelatihan keterampilan yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan kerja seharusnya juga mendorong peserta

⁶ Tinjung Desy Nursanti dkk., *ENTREPRENEURSHIP: Strategi Dan Panduan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Yang Efektif* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), 21.

untuk menjadi lebih percaya diri dan mandiri dalam mencari peluang kerja atau membuka usaha sendiri. Dengan cara ini, dampak dari program tersebut menjadi lebih luas dan menyentuh berbagai dimensi kehidupan.

Lebih jauh lagi, program yang hanya memberikan perubahan sementara tanpa menciptakan pengaruh jangka panjang sering kali dinilai kurang efektif. Efektivitas yang sejati adalah ketika dampak dari program tersebut dapat dirasakan secara berkelanjutan, bahkan setelah program selesai dilaksanakan. Jika masyarakat kembali ke kondisi semula karena kurangnya upaya keberlanjutan, maka tujuan program tidak sepenuhnya tercapai.⁷ Oleh karena itu, kebijakan yang efektif harus dirancang dengan memperhatikan tidak hanya hasil langsung tetapi juga efek jangka panjang yang dapat mendorong peningkatan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan.

c. Perubahan perilaku masyarakat.

Perubahan perilaku masyarakat merupakan indikator keberhasilan program yang sangat penting, terutama pada program yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran atau mengubah pola hidup. Program yang efektif akan mampu mendorong masyarakat untuk meninggalkan kebiasaan lama yang tidak produktif dan menggantinya dengan kebiasaan baru yang lebih bermanfaat.⁸ Misalnya, kampanye kebersihan lingkungan dianggap efektif jika masyarakat mulai

⁷ M B Hariyono dkk., *Dasar-Dasar Manajemen Industri Peternakan* (Universitas Brawijaya Press, 2022), 4.

⁸ Jazak Yus Afriansyah dan Maria Jacinta Arquisola, *10 Habits of Highly Productive People: 10 Kebiasaan Produktif beserta Manfaatnya* (Elex Media Komputindo, 2024), 34.

mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dan aktif melakukan daur ulang. Namun, perubahan perilaku masyarakat sering kali membutuhkan waktu yang lama dan pendekatan yang persuasif. Program yang hanya berfokus pada dampak jangka pendek tanpa memengaruhi pola pikir masyarakat biasanya tidak akan memberikan perubahan yang bertahan lama. Oleh karena itu, selain menciptakan hasil langsung, efektivitas program juga harus dilihat dari kemampuannya untuk membangun kesadaran dan komitmen masyarakat terhadap tujuan kebijakan.

d. Pelajaran yang diperoleh para pelaksana proyek.

Setiap program atau kebijakan yang dijalankan memberikan pelajaran berharga bagi pelaksana, baik berupa keberhasilan yang dapat dijadikan model maupun tantangan yang perlu diatasi untuk perbaikan ke depan.⁹ Pelajaran ini mencakup pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika sosial, seperti bagaimana masyarakat merespons kebijakan tersebut, hingga identifikasi kebutuhan spesifik masyarakat yang mungkin belum terakomodasi dengan baik. Selain itu, pengalaman langsung dalam melaksanakan program juga membantu pelaksana mengenali area yang memerlukan penyempurnaan, seperti metode komunikasi, manajemen waktu, atau pengelolaan sumber daya. Proses refleksi terhadap pelajaran ini memungkinkan pelaksana untuk mengevaluasi pendekatan yang digunakan, mencari cara yang lebih

⁹ Arif Zunaidi, "Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas" (Yayasan Putra Adi Dharma, 2024).

efektif, dan memastikan bahwa pengalaman tersebut menjadi dasar dalam meningkatkan pelaksanaan program di masa mendatang.

Di sisi lain, pelajaran yang diperoleh dari program atau kebijakan tersebut juga berdampak pada peningkatan kapasitas, baik individu maupun kelembagaan. Pelaksana yang semakin terampil dan berpengalaman cenderung lebih siap menghadapi hambatan di proyek-proyek berikutnya dan mampu menawarkan solusi yang lebih inovatif dan relevan. Peningkatan ini mencakup berbagai aspek, seperti keterampilan teknis, kemampuan beradaptasi, dan pengambilan keputusan yang lebih matang. Dengan begitu, manfaat dari pelajaran tersebut tidak hanya terbatas pada keberhasilan program yang sedang berjalan tetapi juga memberikan nilai berkelanjutan untuk implementasi kebijakan di masa depan.¹⁰ Keberlanjutan ini menjadi modal penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah atau organisasi yang menjalankan program, karena menunjukkan komitmen untuk terus belajar dan berkembang demi hasil yang lebih baik.

- e. Tingkat kesadaran masyarakat akan kemampuan dirinya.

Efektivitas suatu program dapat dilihat dari sejauh mana kebijakan tersebut berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kemampuan dan potensi yang mereka miliki. Kesadaran ini menjadi kunci penting dalam mendorong individu untuk mengambil peran aktif dalam kehidupan mereka, baik secara ekonomi, sosial,

¹⁰ Agustinus Tandi la'bi dan Lisa Sababalat, "Mengasah Kecakapan Berwirausaha: Strategi dan Keterampilan yang Diperlukan untuk Sukses," 2024.

maupun budaya. Ketika masyarakat menyadari kapasitas mereka, mereka akan lebih termotivasi untuk berkontribusi dalam mencapai tujuan program dan mencari solusi atas tantangan yang dihadapi secara mandiri.¹¹ Misalnya, program pemberdayaan ekonomi yang dirancang dengan baik tidak hanya memberikan pelatihan keterampilan kepada peserta, tetapi juga membangun kepercayaan diri mereka untuk memulai usaha sendiri. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan manfaat sesaat, tetapi juga membentuk fondasi yang kokoh bagi kemandirian individu dalam jangka panjang.

Kesadaran masyarakat terhadap potensi diri juga memainkan peran penting dalam menciptakan keberlanjutan hasil program. Ketika masyarakat menjadi lebih mandiri, mereka tidak lagi bergantung sepenuhnya pada bantuan eksternal dan mampu memenuhi kebutuhan mereka sendiri.¹² Sebagai contoh, pelatihan keterampilan yang diikuti dengan pendampingan lanjutan dapat mendorong peserta untuk mengembangkan usaha kecil yang berkelanjutan. Tanpa kesadaran ini, hasil program cenderung hanya bersifat sementara, karena masyarakat akan kembali ke pola ketergantungan lama setelah program berakhir. Oleh karena itu, penguatan kesadaran masyarakat harus menjadi salah satu fokus utama dalam setiap tahap pelaksanaan program, mulai dari perencanaan hingga evaluasi.

¹¹ Salsabilla Firdaus dkk., “Tingkat Pendidikan dan Dampaknya terhadap Kurangnya Partisipasi Pemuda dalam Pembangunan Desa Kidanganpananjung,” *Proceedings Uin Sunan Gunung Djati Bandung* 3, no. 8 (2023): 598.

¹² Hasim As’ari dkk., “Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pengembangan Potensi Lokal di Desa Kesumbo Ampai,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 6, no. 1 (2024): 2470–77.

Lebih jauh, meningkatkan kesadaran masyarakat tidak hanya memberikan manfaat bagi individu tetapi juga berdampak positif pada komunitas secara keseluruhan. Kesadaran ini dapat menciptakan efek domino, di mana individu yang telah berhasil memberdayakan dirinya mampu menginspirasi orang lain di sekitarnya untuk melakukan hal serupa. Hal ini juga membuka peluang untuk membangun solidaritas komunitas, di mana masyarakat saling mendukung dan berbagi pengetahuan untuk mencapai tujuan bersama. Dengan kata lain, keberhasilan program tidak hanya diukur dari output yang langsung terlihat, tetapi juga dari dampak jangka panjang dalam membangun komunitas yang lebih kuat dan mandiri. Inilah alasan mengapa peningkatan kesadaran masyarakat harus diintegrasikan sebagai elemen penting dalam desain dan pelaksanaan program atau kebijakan apa pun

B. Relokasi

Definisi kata relokasi yaitu pemindahan atau memindahkan tempat. Relokasi merupakan suatu kebijakan pemerintah yang mencakup bidang perencanaan tata ruangan, peningkatan kesejahteraan ekonomi sosial dan lain-lain.¹³ Pengertian relokasi dalam kamus Indonesia diterjemahkan adalah membangun kembali tempat yang baru, harta kekayaan, termasuk tanah produktif dan prasarana umum dilokasi atau lahan lain. Secara harfiah relokasi adalah pemindahan dari tempat yang lama ke tempat yang baru atau penatan ulang dengan tempat yang baru.¹⁴ Dalam hal ini pemerintah,

¹³ Aldinur Armi, "Dampak sosial ekonomi kebijakan relokasi pasar (studi kasus relokasi pasar Dinoyo Malang)" (Brawijaya University, 2016).

¹⁴ Muhammad Ridlo Agung, "Kemiskinan di Perkotaan Semarang" (Semarang: Unissula Press, 2001), 95.

khususnya pemerintah desa Mojorejo memiliki hak untuk melakukan relokasi pada sektor yang dikuasai pemerintahan daerah desa Mojorejo termasuk pasar.

Relokasi yang dilakukan oleh pemerintah desa Mojorejo yaitu relokasi pasar tradisional yang berada di Dukuh Mojorejo 3 atau yang sering disebut masyarakat luas dengan nama bantengan. Pasar ini merupakan pasar tradisional yang berdiri sejak lama namun belum memiliki lahan khusus hanya menggunakan salah satu jalan desa, sehingga dengan hal tersebut yang dianggap mengganggu penggunaan jalan atau bahkan sampai menutup akses jalan pemerintah daerah desa Mojorejo melakukan relokasi pasar ke tanah yang lebih lapang dan tidak mengganggu pengguna jalan.

Relokasi pasar ini merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh pemerintah desa Mojorejo untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Mojorejo. Dimana relokasi pasar tersebut telah berpindah ke tempat yang lebih luas dan tertata rapi, sudah ada atapnya dan juga lantai pasar yang sudah dipaving sehingga apabila sehingga kejan jorok pada pasar tradisional sudah tidak ada lagi.

C. Pasar

Pasar adalah sebuah tempat yang berfungsi sebagai ruang pertemuan antara penjual dan pembeli, di mana kekuatan permintaan dan penawaran saling berinteraksi untuk membentuk harga.¹⁵ Pasar tidak hanya sekadar lokasi fisik, tetapi juga mencerminkan mekanisme ekonomi yang

¹⁵ Husein Umar, "Business an Introduction, Jakarta: PT," *Gramedia Pustaka Utama*, 2000, 129.

terorganisasi dengan baik, memungkinkan individu atau kelompok untuk melakukan tawar-menawar guna mencapai kesepakatan harga yang dianggap menguntungkan bagi kedua belah pihak.¹⁶ Dalam konteks ini, pasar menjadi pusat dinamika ekonomi yang mempertemukan berbagai kepentingan antara penyedia barang atau jasa dengan konsumen.

Pasar memiliki beragam jenis yang masing-masing memiliki karakteristik unik, salah satunya adalah pasar tradisional. Pasar tradisional dapat dikatakan sebagai salah satu wujud nyata dari aktivitas ekonomi masyarakat yang telah berlangsung secara turun-temurun.¹⁷ Di pasar ini, transaksi berlangsung dalam suasana yang sering kali informal dan akrab, dengan praktik tawar-menawar yang menjadi bagian dari budaya. Pasar tradisional juga menjadi cerminan kehidupan sosial masyarakat, di mana interaksi antara penjual dan pembeli tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi tetapi juga melibatkan hubungan sosial dan budaya.¹⁸

Dengan demikian, pasar tidak hanya sekadar tempat transaksi jual beli, tetapi juga menjadi arena di mana berbagai kepentingan yang saling melengkapi bertemu, baik itu kebutuhan konsumen untuk memperoleh barang atau jasa, maupun kepentingan penjual untuk mendapatkan penghasilan dari hasil usaha mereka. Pasar berperan penting dalam

¹⁶ Riki Kurniawan, "Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah," *Jurnal Az Zahra: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2023): 473.

¹⁷ Eka Purna Yudha, Arga Kurniawan, dan Moch Farhan Hermawan, "Daya Tarik Konsumen Terhadap Pasar Modern Versus Pasar Tradisional," in *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis*, vol. 7, 2023, 120.

¹⁸ Dedi Iskandar, Rully Rully, dan Atika Candra Yulia, "Faktor Pembentuk Eksistensi Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Desa Gawok-Sukoharjo)," *NALARs* 23, no. 2 (2024): 134.

mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat dan menjadi salah satu pilar utama dalam kehidupan sosial dan ekonomi suatu komunitas.

Pasar Krempyeng merupakan salah satu pasar tradisionial yang berada di kecamatan Jetis khususnya di Dukuh Mojorejo 3 atau yang sering disebut bantengan yang terletak di desa Mojorejo Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. Pasar Krempyeng ini merupakan pasar yang berdiri sudah sejak lama namun hanya berada di salah satu jalan di desa Mojorejo. Di dalam pasar Krempyeng tersebut terdapat berbagai kebutuhan rumah tangga seperti sandang dan juga pangan.

Dalam kegiatan pasar Krempyeng, terdapat aktivitas utama berupa transaksi jual beli yang melibatkan interaksi antara penjual dan pembeli. Aktivitas ini mencerminkan hubungan ekonomi yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Dari sudut pandang pembeli, keberadaan pasar Krempyeng memberikan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan mereka, baik berupa barang pokok maupun barang lainnya, di tempat yang nyaman, mudah dijangkau, dan sering kali menawarkan suasana yang ramah serta kekeluargaan. Selain itu, pasar Krempyeng juga memungkinkan pembeli untuk berinteraksi langsung dengan penjual, memilih barang secara langsung, dan bahkan menawar harga sehingga mereka merasa lebih puas dengan proses belanja yang dilakukan.

Di sisi lain, bagi penjual, pasar Krempyeng memberikan peluang untuk memperoleh keuntungan finansial dari hasil penjualan barang dagangan mereka. Para pedagang memiliki kesempatan untuk memasarkan produk mereka secara langsung kepada konsumen, memperkenalkan barang

dagangan dengan lebih personal, serta membangun hubungan baik dengan pelanggan tetap yang berpotensi meningkatkan loyalitas pembeli. Selain keuntungan finansial, keberadaan pasar Krempyeng juga dapat membantu pedagang dalam membangun jaringan sosial dan meningkatkan penghidupan ekonomi mereka secara berkelanjutan. Dengan demikian, pasar Krempyeng tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Dalam proses transaksi yang dilakukan di pasar tentu harus ada aspek yang diperhatikan. Dari berbagai sumber, mekanisme dalam islam meliputi berbagai aspek seperti aspek teologis sampai dengan sosiologis. Adapun mekanisme pasar dalam islam yaitu penawaran dan permintaan yang mempengaruhi pembentukan harga, pengambilan keuntungan bagi pedagang baik itu atas usaha dan resiko namun dengan syarat laba tidak berlebihan, dalam proses transaksi semuanya harus jelas tidak boleh ada riba dan gharar, hanya menyediakan barang yang halal, dana kepuasan ekonomi tidak hanya mempertimbangkan keuntungan di dunia tetapi juga diakhirat.

D. Peningkatan Pendapatan

1. Definisi peningkatan pendapatan

Menurut Solihin (2013) Pendapatan adalah total penerimaan, baik dalam bentuk tunai maupun non-tunai, yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa selama periode tertentu.¹⁹ Menurut Putong

¹⁹ A. I Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama., 2013), 47.

(2015), pendapatan merupakan kompensasi atas jasa yang diberikan kepada pihak lain; setiap individu memperoleh penghasilan karena memberikan bantuan atau layanan kepada orang lain.²⁰ Menurut Mankiw (2014), pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh seseorang atau perusahaan dalam periode tertentu sebagai hasil dari aktivitas ekonomi. Pendapatan dapat bersifat tetap, seperti gaji dan upah bulanan, atau variabel, seperti laba usaha yang bergantung pada kinerja bisnis. Pemahaman tentang pendapatan penting dalam analisis ekonomi karena berpengaruh terhadap pola konsumsi dan investasi.²¹

Meity Taqdir Qodratillah, dkk (2011) dalam Atmaja & Patmawati, mengungkapkan bahwa pendapatan memiliki peran penting dalam keseluruhan keberlangsungan suatu perusahaan. Semakin tinggi pendapatan yang diperoleh, semakin besar kemampuan perusahaan untuk menanggung berbagai biaya operasional serta mendukung kegiatan bisnisnya. Selain itu, pendapatan juga memengaruhi laporan keuangan, khususnya laporan laba rugi, sehingga dapat dikatakan bahwa pendapatan merupakan elemen vital dalam kehidupan perusahaan. Prestasi ekonomi individu dapat diukur melalui berbagai indikator, salah satunya adalah pendapatan. Meskipun bukan satu-satunya faktor yang menentukan tingkat keberhasilan ekonomi seseorang, pendapatan tetap menjadi salah satu ukuran utama. Dalam

²⁰ Siska Yuli Anita dkk., *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro, Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*, 2015, 199.

²¹ N. Gregory Mankiw, Euston Quah, dan Peter Wilson, *Peter Wilson. Pengantar Ekonomi Makro Edisi Asia Jilid 2* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 41.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pendapatan didefinisikan sebagai hasil dari pekerjaan atau usaha seseorang.²²

Berdasarkan landasan teori yang telah dikemukakan, pendapatan dapat didefinisikan sebagai total penerimaan yang diperoleh individu atau perusahaan dalam bentuk tunai maupun non-tunai dari hasil aktivitas ekonomi dalam suatu periode tertentu. Pendapatan dapat berasal dari kompensasi atas jasa yang diberikan kepada pihak lain, seperti gaji dan upah, maupun dari hasil usaha yang bergantung pada kinerja bisnis. Dalam konteks perusahaan, pendapatan memiliki peran krusial dalam mendukung operasional serta memengaruhi laporan keuangan, khususnya laporan laba rugi. Selain itu, pendapatan juga menjadi salah satu indikator dalam menilai prestasi ekonomi individu, meskipun bukan satu-satunya faktor yang menentukan tingkat kesejahteraan seseorang.

2. Faktor-Faktor yang dapat Mempengaruhi Pendapatan

Peningkatan pendapatan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan individu maupun kondisi ekonomi secara keseluruhan. Salah satu faktor utama adalah tingkat pendidikan dan keterampilan. Semakin tinggi tingkat pendidikan dan keterampilan seseorang, semakin besar peluang untuk memperoleh pekerjaan dengan pendapatan yang lebih tinggi. Pendidikan yang baik memberikan pengetahuan dan keahlian yang dibutuhkan dalam dunia kerja, sementara keterampilan yang relevan meningkatkan daya saing

²² Wili Yoga Atmaja dan Patmawati Patmawati, "Pendapatan Pasif dan Aktif Usaha Bisnis," *JIEKA: Jurnal Integrasi Ekonomi, Keuangan, dan Akuntansi* 1, no. 1 (2024): 20–30.

individu di pasar tenaga kerja. Dengan kombinasi keduanya, seseorang dapat mengakses lebih banyak peluang kerja yang menawarkan imbalan lebih besar, sehingga berdampak positif pada peningkatan pendapatan.

Selain itu, inovasi dan teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan pendapatan, baik pada tingkat individu maupun perusahaan. Penggunaan teknologi dalam proses produksi dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan output yang dihasilkan. Dengan demikian, perusahaan dapat memperoleh keuntungan lebih besar yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan karyawan dan pemilik usaha. Di sisi lain, investasi dan modal yang memadai juga menjadi faktor krusial dalam meningkatkan pendapatan. Modal yang cukup memungkinkan perusahaan untuk memperluas kapasitas produksi, meningkatkan kualitas produk, serta menciptakan lebih banyak peluang kerja. Hal ini tidak hanya menguntungkan perusahaan tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum.

Faktor-faktor makroekonomi, seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan kebijakan pemerintah, juga memiliki dampak signifikan terhadap pendapatan masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang baik cenderung menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan meningkatkan daya beli masyarakat. Namun, inflasi yang tinggi dapat mengurangi daya beli dan menghambat peningkatan pendapatan riil. Kebijakan pemerintah dalam bidang perpajakan, subsidi, serta regulasi

ketenagakerjaan juga memengaruhi tingkat pendapatan, baik bagi pekerja maupun pengusaha. Selain itu, kewirausahaan menjadi faktor penting dalam peningkatan pendapatan, karena kemampuan seseorang dalam menciptakan dan mengelola usaha dengan baik dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan bekerja sebagai karyawan. Dengan mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam bisnis, seseorang dapat mencapai kemandirian finansial dan meningkatkan taraf hidupnya.



BAB III
EFEKTIVITAS RELOKASI PASAR KREMPYENG DALAM
MEMBERIKAN DAMPAK PENINGKATAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DESA MOJOREJO

A. Profil Pasar Krempyeng

1. Sejarah Singkat Pasar Krempyeng

Pasar merupakan salah satu elemen penting dalam kehidupan masyarakat, terutama di pedesaan, sebagai pusat kegiatan ekonomi dan sosial. Salah satu pasar yang memiliki sejarah panjang adalah Pasar Krempyeng Bantengan, yang mengalami berbagai perubahan dan perkembangan dari masa ke masa.

Pada tahun 1960, terjadi rehabilitasi Pasar Jetis, sebuah pasar besar yang berada di daerah Jetis. Proses rehabilitasi ini menyebabkan para pedagang mengalami kesulitan dalam mencari tempat untuk berjualan. Akibatnya, banyak pedagang yang berpindah ke pasar sementara yang terletak di Desa Tegalsari. Pasar ini kemudian dikenal dengan nama Pasar Bambu Tegalsari atau dalam bahasa Jawa disebut Pasar Preng Tegalsari, karena banyak pedagang yang menjual bambu untuk keperluan anyaman dan konstruksi lainnya.

Setelah proses rehabilitasi Pasar Jetis selesai, sebagian besar pedagang kembali ke pasar tersebut. Namun, karena Pasar Bambu Tegalsari sudah berjalan cukup lama dan memiliki pelanggan tetap, sebagian pedagang memilih tetap berjualan di sana. Seiring waktu, Pasar Bambu Tegalsari hanya beroperasi pada hari Wage dalam sistem penanggalan Jawa.

Perkembangan selanjutnya terjadi ketika Pasar Bambu Tegalsari mengalami pengurangan lahan akibat pembangunan pertokoan. Hal ini mendorong para pedagang untuk berjualan di sepanjang Jalan Poros Bantengan, yang merupakan jalan penghubung antar desa. Keberadaan pasar di sepanjang jalan ini menyebabkan gangguan terhadap arus lalu lintas. Oleh karena itu, pada tahun 2015, pemerintah setempat melakukan pembangunan jalan poros dan memindahkan para pedagang ke jalan lingkungan yang berada di Desa Bantengan, Mojorejo 3. Namun, lokasi baru ini sering mengalami banjir saat musim hujan, sehingga kondisi pasar menjadi tidak layak bagi para pedagang.

Menanggapi permasalahan tersebut, pada tahun 2020, Pemerintah Desa Mojorejo melakukan tukar guling tanah, di mana lahan pasar yang sering banjir ditukar dengan lahan sawah yang lebih tinggi dan lebih aman dari risiko banjir. Setelah proses tukar guling selesai, tanah tersebut secara resmi menjadi milik desa.

Pada tahun 2021, Pemerintah Desa Mojorejo mengalokasikan anggaran untuk membangun Pasar Krempyeng Bantengan. Meskipun konstruksi awalnya belum sempurna, pasar ini sudah cukup memadai bagi para pedagang dan memiliki kondisi yang jauh lebih baik dibandingkan sebelumnya. Dengan adanya pembangunan ini, permasalahan banjir yang sebelumnya mengganggu kegiatan pasar dapat teratasi, sehingga aktivitas perdagangan di Pasar Krempyeng Bantengan dapat berjalan dengan lebih lancar dan nyaman.

Hingga saat ini, Pasar Krempyeng Bantengan terus berkembang dan menjadi salah satu pusat perekonomian masyarakat setempat. Keberadaannya tidak hanya membantu para pedagang dalam menjalankan usahanya, tetapi juga menjadi bagian dari sejarah perkembangan ekonomi dan sosial di Desa Mojorejo.¹

2. Visi dan Misi Pasar Krempyeng

Visi merupakan gambaran umum tentang masa depan yang diyakini oleh semua anggota organisasi. Sedangkan misi merupakan pernyataan terhadap bidang atau kegiatan terbaik yang mampu dilakukan organisasi.²

Visi dari Pasar Krempyeng adalah:

Menjadikan Pasar Krempyeng sebagai pasar tradisional harian terbaik yang nyaman, tertata, dan berdaya saing tinggi dalam mendukung perekonomian masyarakat.

Adapun Misi dari adanya Pasar Krempyeng ini adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan Sarana dan Prasarana
- b. Melakukan perbaikan dan pengembangan fasilitas pasar agar lebih bersih, nyaman, dan aman bagi pedagang serta pembeli.
- c. Menyediakan infrastruktur yang memadai untuk mendukung aktivitas perdagangan yang lebih efektif.
- d. Meningkatkan Kualitas Pedagang melalui Edukasi
- e. Memberikan pelatihan kepada pedagang mengenai manajemen usaha, pelayanan pelanggan, serta strategi pemasaran.

¹ “Hery Pranoto, Wawancara, 08 Februari 2025.”

² V. Wiratna Sujarweni, *Akuntansi Sektor Publik* (Yogyakarta: Pustaka baru Press), 120.

- f. Mendorong penggunaan teknologi digital dalam pemasaran untuk memperluas jangkauan konsumen.
- g. Mewujudkan Tata Kelola Pasar yang Lebih Baik
- h. Menegakkan aturan pasar yang adil dan transparan bagi semua pedagang.
- i. Mengoptimalkan peran pengelola pasar dalam menciptakan lingkungan perdagangan yang sehat dan kompetitif.
- j. Menjaga Kearifan Lokal dan Keberlanjutan Pasar Tradisional
- k. Mempertahankan nilai-nilai budaya pasar tradisional sebagai bagian dari identitas ekonomi lokal.
- l. Mendorong keterlibatan masyarakat dalam menjaga keberlangsungan pasar sebagai pusat aktivitas ekonomi harian.

B. Efektivitas Relokasi Pasar dalam Membeikan Dampak Peningkatan Pendapatan bagi Para Pedagang Pasar Krempyeng

Relokasi pasar Krempyeng desa Mojorejo tentunya memperhatikan beberapa hal yang harus dijadikan sebagai landasan dalam menguji keefektifan dari adanya relokasi. Relokasi pasar Krempyeng ini tidak serta merta hanya karena tempat yang lebih indah atau semacamnya. Dalam hal ini, Bapak Hero Pranoto selaku Carik Desa Mojorejo mengungkapkan bahwa tujuan dari adanya relokasi ini adalah agar pasar Krempyeng menjadi lebih tertata, nyaman, dan bisa memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat sekitar ataupun bagi pedagang itu masyarakat. Beliau menegaskan bahwa relokasi ini dimaksudkan agar baik itu pedagang maupun pembeli, bisa melakukan transaksi dengan lebih nyaman serta lebih praktis. Beliau menuturkan:

“Tujuan utama relokasi adalah menyediakan tempat berjualan yang lebih layak bagi para pedagang dan memberikan kenyamanan bagi pembeli. Sebelumnya, kondisi pasar lama kurang tertata, sehingga perlu dilakukan pembenahan. Selain itu, relokasi ini juga bertujuan untuk membuka lebih banyak lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar”³

Sebelumnya pasar Krempyeng dinilai kurang modern atau masih sangat jadul, sehingga masyarakat pun sedikit ragu untuk berbelanja di sana, karena dinilai kurang terjaga akan kebersihan dan kehygienisannya. Hal tersebut diungkapkan oleh salah satu pedagang:

“Sebelum relokasi, tempatnya kurang tertata dan sering becek kalau hujan. Tapi pelanggan lama sudah terbiasa belanja di sana. Namun pelanggan baru masih tergolong sedikit. Karena mereka melihat tempatnya yang kurang bersih jadi ragu untuk datang membeli”⁴

Sebelum adanya relokasi, pelanggan lama yang mayoritas adalah orang tua tetap melaksanakan transaksi jual beli di sana walaupun mereka tahu kalau tempatnya kurang bersih. Namun dengan mempertimbangkan jarak, membuat mereka enggan untuk beralih ke lain tempat. Sehingga mereka tetap menjalankan transaksi jual beli di pasar Krempyeng sebelum adanya relokasi.

Sementara itu, dua pedagang lain yang menjadi narasumber dalam penelitian ini mengatakan hal yang sama. mereka mengungkapkan bahwa kondisi relokasi pasar Krempyeng sangat jauh berbeda dibandingkan dengan yang sebelumnya.

“Dulu tempatnya sempit dan kurang bersih, tapi sudah ada pelanggan tetap. Setelah relokasi, tempatnya lebih luas dan bersih”⁵

“...sekarang lebih teratur dan ada peluang untuk menarik pelanggan baru”⁶

³ “Hery Pranoto, Wawancara, 08 Februari 2025.”

⁴ “Siska, Wawancara, 10 Februari 2025.”

⁵ “Sulas, Wawancara, 10 Februari 2025.”

⁶ “Yuni, Wawancara, 10 Februari 2025.”

Tempat yang baru mengutamakan akan kebersihan dan kenyamanan baik bagi pedagang maupun pembeli. Pak Heri menuturkan bahwa hal ini menjadi visi dan misi dari adanya relokasi Pasar Krempyeng ini.

“Visi kami adalah menjadikan Pasar Krempyeng sebagai pasar tradisional harian terbaik di Mojorejo. Untuk mewujudkannya, kami melakukan perbaikan sarana dan prasarana serta memberikan edukasi kepada para pedagang mengenai cara mengelola usaha mereka dengan lebih baik. Kami ingin pasar ini bukan hanya sebagai tempat jual beli, tetapi juga sebagai pusat ekonomi yang lebih profesional”⁷

Menurut Pak Heri, pengelolaan pasar Krempyeng ingin dijadikan sebagai pasar tradisional namun dalam pengelolaan yang modern. Artinya, bukan hanya sebagai tempat jual beli, tetapi juga sebagai tempat para masyarakat Mojorejo dan sekitarnya mengadakan nasib mereka agar lebih baik ke depannya.

Dalam upaya pemerintahan Desa Mojorejo membawa pasar Krempyeng ke arah yang lebih profesional, Pak Heri selaku Carik Desa Mojorejo bersama pemerintahan Desa Mojorejo menerapkan sistem di mana ketika ada pedagang yang ingin mendagangkan dagangannya di Pasar Krempyeng, mereka harus terlebih dahulu daftar ke kantor Desa Mojorejo.

“Untuk mendapatkan lapak, pedagang harus mendaftar ke pengelola pasar. Prioritas pertama diberikan kepada warga Mojorejo, lalu pedagang lama. Jika masih ada lapak tersisa, kesempatan akan diberikan kepada pedagang lain. Selain itu, pedagang harus mematuhi aturan pasar seperti menjaga kebersihan, tidak memperluas lapak sembarangan, serta mengikuti jam operasional yang telah ditetapkan”⁸

⁷ “Hery Pranoto, Wawancara, 08 Februari 2025.”

⁸ Ibid.

Menurut Pak Heri, cara tersebut dilakukan untuk menjaga kualitas serta profesionalitas para pedagang pasar Krempyeng agar bisa terkelola dengan baik, sehingga dapat meminimalisir hal-hal yang selama ini dikeluhkan oleh para pedagang maupun pembeli. Para pedagang maupun pembeli juga harus mematuhi peraturan yang dibuat oleh pihak pemerintahan Desa Mojorejo. Pak Heri menjelaskan bahwa masalah utama yang ada di pasar Krempyeng lama adalah tidak adanya peraturan yang mengikat. Sehingga baik para pedagang maupun pembeli melakukan hal-hal yang membuat pasar Krempyeng terlihat Kumuh, seperti membuang sampah sembarangan, memperluas lapak tanpa adanya persetujuan dengan pihak pengelola, kurangnya drainase, tidak adanya petugas kebersihan, dan lain sebagainya. Tentunya hal itu menjadi evaluasi besar bagi pihak pengelola pasar Krempyeng. Sehingga Pak Heri bersama pihak Pemerintah Desa Mojorejo sebagai pengelola pasar Krempyeng membuat peraturan baru yang menjunjung tinggi akan kebersihan, ketertiban, dan kenyamanan baik bagi pedagang maupun pembeli. Tak hanya itu, juga diterapkan sanksi yang tegas apabila seseorang melanggar peraturan yang telah dibuat tersebut. sanksi tersebut dibuat agar para pedagang maupun pembeli mematuhi peraturan yang ada sehingga pasar Krempyeng terkelola dengan baik.

Dalam mengukur efektivitas adanya relokasi pasar Krempyeng di Desa Mojorejo ini, Pak Heri mengungkapkan bahwa pihaknya bersama para pengelola pasar Krempyeng secara rutin mendata penghasilan yang didapat oleh tiap pedagang. Hal itu sebagai monitoring dari para pengelola Pasar Kempyeng agar para pedagang terpantau secara masif. Dalam wawancaranya, Pak Heri

mengungkapkan bahwa penghasilan yang didapat oleh para pedagang di Pasar Krempyeng tergolong meningkat.

“Beberapa pedagang sudah merasakan peningkatan pendapatan. Misalnya, seorang pedagang sayur yang sebelumnya mendapatkan sekitar Rp200.000 per hari kini bisa mencapai Rp400.000-Rp500.000 per hari. Hal ini karena jumlah pembeli meningkat setelah pasar menjadi lebih tertata dan nyaman. Namun, ada juga pedagang yang masih dalam tahap penyesuaian, terutama mereka yang sebelumnya mengandalkan pelanggan tetap di lokasi lama”⁹

Dari situlah Pak Heri serta seluruh pengelola pasar Krempyeng berharap besar dengan adanya relokasi ini. Mereka berharap akan kemajuan dari pasar Krempyeng ini tak lagi hanya sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga sebagai tempat bagi para pedagang untuk mendapatkan kesejahteraan. Pak Heri juga berharap akan peningkatan kualitas dari pasar Krempyeng ini bisa bertambah dari tahun ke tahun. Sehingga tak hanya warga Mojorejo saja yang mengadakan nasibnya di sini, tetapi juga masyarakat desa sekitar desa Mojorejo seperti Karanggebang, Tegalsari, Joresan, dan lain sebagainya. Lebih luasnya, Pak Heri mempunyai harapan besar dengan adanya relokasi ini agar pasar Krempyeng ini tak hanya menjadi pusat ekonomi masyarakat desa Mojorejo saja, tetapi juga bagi warga Ponorogo.

Dengan mengikuti zaman ke dalam ketradisionalan dari pasar Krempyeng ini, Pak Heri berharap dari adanya kemajuan zaman, tidak menghilangkan eksistensi dari pasar tradisional ini. Kemajuan zaman justru diharapkan sebagai implikasi terhadap keberadaan pasar Krempyeng ini,

⁹ Ibid.

sehingga pasar Krempyeng ini bisa lebih modern, lebih berkualitas, namun tidak menghilangkan kesan dari tradisionalnya.

C. Tantangan dan Peluang yang Muncul Dengan Adanya Relokasi Pasar di Pasar Krempyeng

Dalam pelaksanaan program relokasi ini, tentu ada hal-hal yang menjadi tantangan serta peluang dalam melaksanakan transaksi jual beli di Pasar Krempyeng ini.

1. Tantangan dalam Relokasi Pasar Krempyeng

a. Tantangan

Dalam merealisasikan program pemindahan tempat yang biasa digunakan sebagai tempat berkumpulnya orang banyak dari tempat lama ke tempat baru tentunya akan menghadirkan tantang bagi pihak pengelola maupun pihak yang dipindah dalam hal ini pedagang. Begitu juga dengan relokasi pasar Krempyeng ini. Pemindahan yang dilakukan terhadap pasar Krempyeng ini tentunya menimbulkan pro kontra dikalangan para pedagang maupun pembeli. Hal itu diungkapkan oleh Pak Heri dalam wawancaranya.

“Ya, benar. Beberapa pedagang mengalami tantangan seperti harus membangun kembali basis pelanggan mereka. Selain itu, ada juga yang harus mengeluarkan modal tambahan untuk menata ulang lapak mereka.”¹⁰

Menurut Pak Heri, para pedagang masih merasa kesulitan ketika awal-awal diadakannya relokasi pasar Krempyeng ini. Mereka merasa sedikit bingung dengan lokasi yang baru yang mana sangat berbeda dengan sebelumnya. Hal tersebut juga diungkapkan oleh salah satu pedagang pasar

¹⁰ Ibid.

Krempyeng. Ada juga pedagang yang mengeluhkan sepi pembeli yang datang di awal-awal masa perpindahan.

“Ya, benar. Beberapa pedagang mengalami tantangan seperti harus membangun kembali basis pelanggan mereka. Selain itu, ada juga yang harus mengeluarkan modal tambahan untuk menata ulang lapak mereka.”¹¹

Dari pengakuan pedagang lain yang menjadi narasumber dalam penelitian ini, menjelaskan bahwa relokasi ini justru dengan cepat menaikkan omset pendapatannya. Hal itu karena tempat yang baru cenderung jauh lebih bersih dan tertata rapi, sehingga para pembeli makin banyak berdatangan walaupun awalnya mereka ragu-ragu.

“Pendapatan saya naik sedikit, tapi tetap harus berusaha lebih untuk menarik pelanggan. Sebagian masih ragu belanja di tempat baru, tapi semakin lama mereka mulai percaya dan kembali.”

Lebih jelasnya lagi dalam membahas mengenai tantangan akan relokasi pasar Krempyeng ini, Pak Heri menjelaskan bahwa terdapat dua fokus utama yang menjadi tantangan bagi pihak pengelola Pasar Krempyeng. Yang pertama adalah resistensi dari adanya relokasi pasar Krempyeng ke tempat yang baru. Awalnya, pasar Krempyeng ini di fokuskan untuk para pedagang yang berasal dari desa Mojorejo. Namun Pak Heri bersama pihak pengelola pasar Krempyeng berpikir bahwa, seandainya hanya untuk pedagang yang berasal dari desa Mojorejo, akan memunculkan kecemburuan sosial bagi para pedagang lama yang bukan berasal dari desa Mojorejo. Selain itu hal tersebut akan mempersempit wilayah penyebaran ekonomi yang disasar, karena andai kata mereka para pedagang yang tidak berasal dari desa

¹¹ “Sulas, Wawancara, 10 Februari 2025.”

Mojorejo dilarang berjualan di pasar Krempyeng, mereka akan mendirikan pasar di desa mereka sendiri, sehingga penyebaran ekonomi terbagi. Sehingga hal itu membuat Pak Heri untuk menerapkan aturan lama namun tetap memprioritaskan pedagang dari desa setempat.

“Sasaran utama kami adalah masyarakat sekitar Mojorejo yang ingin berjualan. Kami juga tetap memberikan kesempatan bagi pedagang lama untuk berjualan di lokasi baru selama masih ada lapak yang tersedia. Jadi, tidak ada yang dirugikan dalam proses ini”¹²

Dengan begitu, Pasar Krempyeng tetap menjadi pusat ekonomi bagi para pedagang maupun pembeli di lingkungan kecamatan Jetis dan sekitarnya. Adanya pasar Krempyeng di Desa Mojorejo ini sekaligus menjadi sarana bagi masyarakat di wilayah Kecamatan Jetis terkhususnya Desa Mojorejo memperbaiki kualitas hidupnya menuju kesejahteraan yang diimpikan.

b. Solusi dan Inovasi

Dalam menanggapi tantangan yang ada, Pak Heri bersama pihak pengelola pasar Krempyeng terus berupaya dalam mengatasi tantangan-tantangan yang muncul dari adanya relokasi ini, karena tentunya adanya relokasi ini tak serta merta ditanggapi dengan positif baik dari pedagang maupun pembeli. Sehingga hal tersebut mendorong Pak Heri dan pihak pengelola untuk memberikan ide-ide cemerlangnya terhadap keberlangsungan hidup para pedagang di Pasar Krempyeng. Terlebih dahulu yang dilakukan para pengelola pihak Pasar Krempyeng adalah dengan

¹² “Hery Pranoto, Wawancara, 08 Februari 2025.”

melakukan pendekatan kepada mereka para pedagang dan mendengarkan masukan-masukan dari mereka tentang adanya relokasi pasar Krempyeng ini.

“Kami terus melakukan pendekatan kepada para pedagang agar mereka merasa nyaman dengan perubahan ini. Selain itu, kami juga memberikan pelatihan agar mereka bisa lebih kreatif dalam menarik pelanggan. Dalam hal kebersihan dan keteraturan, kami menerapkan aturan yang lebih tegas dan terus melakukan sosialisasi.”¹³

Inovasi dengan memberikan pelatihan serta sosialisasi terhadap para pedagang dan pembeli akan pentingnya adanya relokasi pasar Krempyeng ini sebagai pewujudan kemajuan zaman serta peningkatan kesejahteraan para Pedagang. Menurut Pak Heri, pihaknya akan terus memantau dan melakukan beberapa inovasi baik dalam arti sempit ataupun yang lebih luar atau secara menyeluruh.

Secara arti sempit, Pak Heri bersama dengan para pengelola pasar Krempyeng melakukan pendekatan ke beberapa pedagang dengan memberikan bantuan berupa sembako atau semacamnya secara langsung kepada pedagang yang masih kesulitan mendapatkan pendapatan yang cukup. Sementara itu, dalam arti luas, Pak Heri bersama pihak pengelola pasar Krempyeng dengan masif menyebarkan *campaign* tentang digitalisasi pasar. Perlunya adalah para pedagang bisa memperluas area penjualan mereka dari awalnya hanya berfokus pada masyarakat desa hingga bisa mencakup ke kota-kota bahkan sampai ke luar daerah. Dengan begitu pendapatan akan secara otomatis meningkat secara drastis. Pihak pengelola pasar Krempyeng

¹³ Ibid.

juga merancang program sosialisasi digitalisasi pasar Krempyeng agar cangkupannya bisa secara menyeluruh dan lebih efisien.

“Ya, kami ingin mengembangkan konsep pasar yang lebih modern tetapi tetap mempertahankan nilai-nilai pasar tradisional. Misalnya, dengan mendukung pemasaran digital bagi pedagang, memperbaiki sistem pengelolaan pasar, serta membuat program-program promosi yang menarik bagi masyarakat.”

Menurut pihaknya, digitalisasi adalah solusi yang tepat sebagai upaya pihak pengelola dalam meningkatkan kualitas serta ruang lingkup pasar menjadi lebih lebar. Dengan begitu, pasar Krempyeng tak lagi dipandang sebagai pasar tradisional yang jadul, yang jauh akan teknologi yang membuat anak-anak muda enggan untuk berkunjung. Hal itu sesuai dengan visi misi yang menjadi pedoman Pak Heri serta para pengelola pasar Krempyeng dalam mengusahakan peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat desa Mojorejo dan sekitarnya, yakni “Mendorong penggunaan teknologi digital dalam pemasaran untuk memperluas jangkauan konsumen”. Hal itu juga menjadi harapan Pak Heri dalam wawancaranya.

“Kami berharap dukungan dari semua pihak agar pasar ini bisa terus berkembang dan memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal. Juga kami berharap agar pasar Krempyeng ini makin dikenal luas oleh masyarakat Ponorogo terkhususnya Kecamatan Jetis dan sekitarnya, sehingga bisa menjadi pusat ekonomi yang maju bagi warganya.”

Pak Heri dan pihak pengelola ingin ada campur tangan dari pihak-pihak luar seperti para mahasiswa atau lainnya agar para anak muda bisa mengenal lebih jauh tentang pasar Krempyeng ini. Perlunya, orang-orang yang memiliki pemikiran cemerlang mau menggelontorkan ide-idenya untuk kemajuan pasar Krempyeng ini. Tentunya para pedagang menyambut baik segala hal yang bisa meningkatkan pendapatan serta kualitas mereka.

“Secara umum cukup mendukung, terutama dengan adanya edukasi bagi pedagang. Tapi perlu lebih banyak acara yang menarik pembeli ke pasar”¹⁴

Pembeli menginginkan hal-hal yang dapat menarik para pembeli untuk datang ke pasar Krempyeng, seperti mengadakan acara-acara adat yang mengundang banyak orang untuk menonton dan menjadikan pasar Krempyeng sebagai pusat pembelian mereka. Selain itu, program digitalisasi yang digalakan oleh pihak pengelola pasar Krempyeng disambut positif tentunya oleh para pedagang terkhususnya mereka yang menggunakan ponsel dalam setiap kegiatan sehari-hari mereka. Bahkan sebelum adanya pendekatan digitalisasi dari pihak pengelola pasar Krempyeng, para pedagang sudah dengan mandiri mempromosikan dagangannya melalui platform-platform digital seperti Whatsapp, facebook, tiktok dan lain sebagainya.

“Saya mulai menggunakan WhatsApp untuk menerima pesanan pelanggan tetap. Jadi, meskipun pindah, mereka tetap belanja ke saya”¹⁵

“Saya mulai aktif mempromosikan dagangan di media sosial seperti Facebook dan Instagram. Ini lumayan membantu menarik pelanggan baru.”¹⁶

Inovasi tersebut tentunya akan memberikan dampak positif bagi mereka terlebih lagi dengan adanya digitalisasi tersebut akan mendatangkan banyak pengunjung-pengunjung baru yang mau mengunjungi lapak mereka dan membeli dagangan mereka.

2. Peluang yang Muncul dengan adanya Relokasi Pasar Krempyeng Desa Mojorejo.

¹⁴ “Yuni, Wawancara, 10 Februari 2025.”

¹⁵ “Siska, Wawancara, 10 Februari 2025.”

¹⁶ “Yuni, Wawancara, 10 Februari 2025.”

Selain tantangan, dalam merelokasikan pasar Krempyeng ini, Pak Heri juga mempertimbangkan adanya peluang baru yang muncul. Peluang tersebut adalah keuntungan yang kemungkinan didapatkan baik itu oleh pedagang, pembeli atau desa Mojorejo itu sendiri. Peluang itu bisa berupa peningkatan jumlah pembeli, lokasi pasar yang lebih nyaman, rambahan luas ekonomi yang semakin lebar, dan lain sebagainya.

Dalam wawancaranya, Pak Heri membeikan jawaban terkait peluang apa saja yang muncul dengan adanya relokasi pasar Krempyeng ini.

“Peluang terbesar adalah meningkatnya jumlah pelanggan karena pasar kini lebih nyaman dan mudah diakses. Selain itu, relokasi ini membuka kesempatan bagi pedagang baru yang ingin memulai usaha”

Menurutnya , peningkatan jumlah pelanggan itu didasari atas lokoasi rrelokasi yang sangat dekat dengan jalan ramai. Sehingga memungkinkan untuk masyarakat berhenti untuk mampir ke Pasar Krempyeng dan melakukan trasaksi jual beli. Tentunya hal ini menjadi peluang yang sangat besar bagi para pedagang, karena dengan begitu mereka akan mendapatkan pendapatan yang lebih banyak dibandingkan dengan lokasi sebelumnya.

Salah satu pedagang mengungkapkan pendapatnya mengenai peluang yang akan menjadi keuntungan bagi mereka para pedagang.

“Ada peluang menarik pelanggan dari luar daerah karena lokasinya lebih strategis. Selain itu, saya melihat ada permintaan produk baru yang bisa saya coba jual”¹⁷

Hal itu tentunya menjadi kabar baik bagi mereka para pedagang. Namun tidak hanya senang semata, mereka perlu melakukan inovasi secara

¹⁷ “Sulas, Wawancara, 10 Februari 2025.”

mandiri agar pelanggan-pelanggan baru tersebut betah dan terus menerus membelanjakan hartanya di pasar Krempyeng ini. Dari hasil wawancara dengan salah satu pedagang pasar Krempyeng, ia mengaku bahwa sudah menerapkan beberapa inovasi pribadi. Karena tentunya dengan lokasi yang baru akan hadir juga pedagang-pedagang yang baru dan akan menjadi saingan dagang bagi mereka. Mereka perlu bergerak dan lebih kreatif lagi dalam berpromosi agar mereka tidak kalah dengan pedagang baru.

“Ada persaingan, tapi masih dalam batas wajar. Saya tetap menjaga hubungan baik dengan pedagang lain agar bisa saling membantu. Saya mencoba membuat promo-promo kecil seperti diskon untuk pembelian dalam jumlah tertentu. Itu cukup menarik perhatian”¹⁸

Dengan adanya persaingan secara sehat tersebut, tentunya juga menjadi peluang tersendiri bagi para pedagang dan pengelola pihak pasar. Karena adanya persaingan tersebut tentu saja menghadirkan inovasi-inovasi baru dari masing-masing pedagang yang membuat pasar semakin menarik. Sehingga kualitas dari pasar Krempyeng akan terus meningkat.



¹⁸ I“Pedagang 2, Wawancara, 10 Februari 2025

BAB IV
ANALISIS EFEKTIVITAS RELOKASI PASAR KREMPYENG DALAM
MEMBERIKAN DAMPAK PENINGKATAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DESA MOJOREJO

A. Analisis Efektivitas Relokasi Pasar dalam Memberikan Dampak Peningkatan pendapatan bagi Para Pedagang Pasar Krempyeng

Permasalahan utama yang melatarbelakangi dilakukannya relokasi Pasar Krempyeng di Desa Mojorejo adalah kondisi eksisting pasar yang tidak ideal bagi aktivitas perdagangan maupun kenyamanan masyarakat sekitar. Sebelum direlokasi, pasar ini terletak di ruas jalan umum yang padat aktivitas kendaraan, sehingga seringkali menimbulkan kemacetan, membahayakan pengguna jalan, dan menyebabkan ketidakteraturan tata ruang desa. Selain itu, kondisi pasar yang terbuka dan tidak memiliki fasilitas sanitasi memadai memberikan kesan kumuh, kotor, dan tidak tertib. Tidak jarang sampah berserakan, bau menyengat dari sisa bahan dagangan, serta kesan semrawut dari penataan lapak yang tidak beraturan, membuat masyarakat enggan berbelanja ke pasar. Hal ini tentunya sangat berpengaruh terhadap jumlah pengunjung pasar, yang secara langsung berdampak pada pendapatan harian para pedagang. Minimnya pendapatan menyebabkan banyak pedagang merasa kesulitan mempertahankan usahanya, bahkan ada yang memilih berhenti berdagang. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat melemahkan sektor perekonomian mikro di Desa Mojorejo yang sebenarnya sangat bergantung pada keberlangsungan pasar rakyat. Maka dari itu, kondisi pasar lama ini dipandang sebagai

permasalahan mendesak yang perlu segera ditangani oleh pemerintah desa agar roda perekonomian masyarakat dapat kembali berputar secara optimal.

Melihat urgensi tersebut, Pemerintah Desa Mojorejo kemudian mengambil inisiatif strategis dengan merancang program relokasi Pasar Krempyeng ke lokasi baru yang lebih luas, tertata, dan terpisah dari jalan utama. Tujuan utama dari relokasi ini bukan sekadar pemindahan lokasi secara fisik, tetapi juga mencakup upaya menciptakan lingkungan pasar yang lebih bersih, aman, dan nyaman bagi semua pihak yang terlibat, baik pedagang maupun pembeli. Relokasi ini diharapkan dapat mengatasi berbagai persoalan yang muncul di lokasi lama, seperti kesemrawutan, ketidakteraturan lapak, dan persepsi negatif masyarakat terhadap pasar tradisional. Selain itu, relokasi ini juga ditujukan untuk memberikan ruang berkembang bagi pedagang melalui sarana yang lebih layak, memungkinkan mereka meningkatkan jumlah stok barang, mengatur tata letak dagangan secara lebih menarik, dan memperluas layanan dengan cara yang lebih profesional. Pada akhirnya, tujuan utama yang ingin dicapai dari program relokasi ini adalah terjadinya peningkatan kesejahteraan ekonomi para pedagang, sekaligus menghidupkan kembali denyut ekonomi lokal desa melalui pasar sebagai pusat aktivitas ekonomi rakyat. Untuk memastikan bahwa tujuan tersebut benar-benar tercapai, maka diperlukan suatu analisis efektivitas yang mengkaji dampak relokasi pasar secara menyeluruh.

Dari hasil wawancara dengan Pak Heri selaku Carik desa Mojorejo dan juga sebagai salah satu pihak pengelola pasar Krempyeng, serta dengan

tiga pedagang yang menjadi narasumber dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa relokasi pasar Krempyeng yang dilakukan oleh pemerintah Desa Mojorejo mampu meningkatkan pendapatan para pedagang walaupun ada beberapa hal yang menjadi pekerjaan rumah bagi para pengelola pasar Krempyeng. Keefektifan itu ditinjau dari pendapatan yang didapatkan para pedagang pasar Krempyeng yang secara jelas telah meningkat setelah adanya relokasi ke lokasi yang baru. Jika mengacu pada teori efektifitas yang dikemukakan oleh Henry, Brian dan White, terdapat lima kriteria yang menjadi indikator dari keefektifan sebuah program yang dibuat, terkhususnya dalam ranah ekonomi.¹

Yang pertama adalah waktu pencapaian. Pasar Krempyeng ini telah berjalan lima tahun semenjak relokasi. Sebelumnya pasar Krempyeng sendiri sudah ada sejak lama yaitu tahun 1960. Sehingga eksistensi dari pasar Krempyeng ini masih menjadi keuntungan tersendiri bagi para masyarakat Desa Mojorejo. Dalam kurun waktu lima tahun sejak dilakukannya relokasi pasar Krempyeng ini, telah terjadi banyak peningkatan. Jika diukur dari sisi indikator efektif dalam kajian ekonomi, Pasar Krempyeng telah berhasil mewujudkan keberhasilan dari indikator waktu pencapaian. Jika dikaitkan dengan permasalahan utama sebelum relokasi, yaitu pasar yang semrawut, menyebabkan kemacetan, dan tidak memiliki fasilitas memadai, maka relokasi telah berhasil memberikan solusi. Lokasi pasar yang baru lebih luas, tertata, dan tidak lagi menimbulkan gangguan lalu lintas. Ini berarti bahwa relokasi mampu

¹ Santoso, "Efektivitas Pelaksanaan Kebijakan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima di Sentra Wisata Kuliner Deles Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya."

menyelesaikan persoalan yang dulunya mengganggu aktivitas masyarakat dan berdampak pada ekonomi pedagang.

Adapun jika dikaitkan dengan tujuan relokasi, yaitu menciptakan lingkungan pasar yang bersih, aman, dan nyaman serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi pedagang, maka pencapaian selama lima tahun terakhir menunjukkan arah yang positif. Eksistensi pasar tetap terjaga, bahkan cenderung lebih baik. Ini menunjukkan bahwa relokasi yang dilakukan tidak hanya bersifat pemindahan tempat, tetapi juga pemulihan fungsi pasar sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat.

Semua perubahan dan perbaikan tersebut berhasil dicapai dalam kurun waktu 1-2 tahun, adalah waktu yang terbilang realistis dan wajar untuk melihat dampak jangka menengah dari program relokasi. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan Ifham dalam Bulqeis (2024) yang menyatakan bahwa dalam mengukur keefektifan relokasi, waktu 1-2 tahun dapat digunakan sebagai acuan analisis terhadap pendapatan dari para pedagang. Dalam waktu 1-2 tahun tersebut, dapat dilihat apakah pendapatan para pedagang meningkat atau menurun, sehingga jangka waktu tersebut bisa menjadi acuan.² Jadi, bukan hanya tujuan tercapai, tapi juga waktu pencapaiannya efisien dan menunjukkan progres nyata dalam periode tersebut.

Ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laxmi & Tisnawati, yang menurutnya apabila relokasi dilakukan dalam kurun waktu tertentu dan telah menunjukkan adanya peningkatan terhadap pendapatan

² Putri Bulqeis, "Analisis dampak relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang Pasar Baru di Panyabungan" (UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023).

serta eksistensi yang terus ada, maka relokasi tersebut dikatakan efektif.³ Hal ini juga senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliani & Khoirudin, menurutnya apabila relokasi telah menimbulkan dampak positif secara terus menerus, maka sangat perlu untuk diteruskan dan kajian utama pihak pengelola pasar untuk terus meningkatkan kualitas pasar.⁴

Kemudian, indikator yang kedua yakni tingkat pengaruh yang diinginkan. Indikator ini merujuk pada sejauh mana hasil dari program relokasi pasar memberikan dampak nyata dan sesuai harapan bagi pihak yang terlibat langsung, khususnya para pedagang. Dalam hal ini, salah satu bentuk pengaruh yang diharapkan adalah meningkatnya kepuasan dan kesejahteraan pedagang setelah mereka direlokasi ke tempat yang baru. Kepuasan pedagang tidak hanya terlihat dari persepsi atau perasaan nyaman berdagang di lokasi baru, tetapi juga terbukti secara konkret melalui peningkatan pendapatan. Berdasarkan wawancara dengan Pak Heri selaku Carik Desa Mojorejo sekaligus pengelola pasar, diketahui bahwa telah terjadi kenaikan pendapatan signifikan bagi para pedagang. Salah satu contoh yang disebutkan dalam wawancara menunjukkan bahwa seorang pedagang sayur yang sebelumnya hanya memperoleh sekitar Rp100.000 per hari, kini dapat meraup hingga Rp300.000 per hari setelah relokasi. Peningkatan ini tentu bukan hanya angka, tetapi menjadi indikator penting

³ Dinda Praba Indira Laxmi dan Ni Made Tisnawati, "Efektivitas Dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Seni Sukawati," *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* 12, no. 2 (2023): 104, <https://doi.org/10.24843/eep.2023.v12.i02.p02>.

⁴ Nancy Yuliyani dan Rifki Khoirudin, "Analisis Efektifitas Investasi Revitalisasi Pasar Prambanan di Sleman Yogyakarta.," *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)* 4, no. 2 (2021): 144, <https://doi.org/10.32493/skt.v4i2.7447>.

bahwa relokasi telah memberikan dampak ekonomi yang positif secara langsung kepada pedagang. Jika dikaitkan dengan tujuan utama dari program relokasi, yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang melalui lingkungan pasar yang lebih layak dan mendukung, maka indikator ini menunjukkan bahwa tujuan tersebut telah mulai tercapai. Pendapatan yang meningkat mencerminkan bahwa para pedagang kini memiliki akses terhadap fasilitas berdagang yang lebih baik, tata letak pasar yang lebih tertib, dan daya tarik pasar yang lebih tinggi bagi pembeli, semua ini adalah hasil langsung dari kebijakan relokasi. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Rahdriawan, dalam relokasi pasar tentunya harus memperhatikan aspirasi dari para pedagang. Karena merekalah yang menjadi aktor utama di lapangan. Sehingga apabila aspirasi mereka terpenuhi, maka relokasi bisa dikatakan berhasil.⁵ Seperti halnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Marselina dan Wijaya, keinginan para pedagang menjadi kunci utama pihak pengelola pasar dalam melakukan pemindahan lokasi. Lokasi harus sesuai dengan keinginan mereka agar mereka bisa merasakan kenyamanan dalam berdagang.⁶

Kemudian indikator yang selanjutnya adalah perubahan perilaku masyarakat. Program yang dikatakan berhasil adalah program yang mampu menggerakkan orang banyak untuk berubah dari kebiasaan sebelumnya ke

⁵ Naufal Farras Abhista Wibowo dan Mardwi Rahdriawan, "Relokasi Pedagang Pasca Revitalisasi Pasar Johar Semarang," *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)* 13, no. 2 (2024): 131–42.

⁶ Lili Marselina dan Atika Wijaya, "Dampak Relokasi Pedagang Di Lingkungan Objek Wisata Golaga Kabupaten Purbalingga," 2022.

kebiasaan baru yang lebih baik.⁷ dalam program relokasi pasar Krempyeng di desa Mojorejo ini, pihak pengelola pasar dengan tegas mengupayakan pada kebersihan dan ketertiban pasar. Hal itu ditegaskan melalui peraturan yang dibentuk dengan disertai sanksi yang disetujui oleh para pedagang. Hal ini bertujuan agar para pedagang sekaligus pembeli dengan tegas menjaga kebersihan dan ketertiban selama melaksanakan transaksi jual beli di pasar Krempyeng ini. Menurut pihak pengelola pasar, cara ini tergolong efektif karena setelah adanya peraturan tersebut, pasar Krempyeng menjadi jauh lebih bersih dan tertata rapi. Sehingga lingkungan pasar terlihat lebih indah walaupun sedang dalam musim hujan. Hal serupa juga dijelaskan oleh penelitian yang dilakukan Lila, yang justru dalam penelitiannya menjelaskan bahwa sanksi tegas diperlukan agar semua elemen mematuhi peraturan yang dibuat. Sehingga tujuan dari penerapan sanksi itu sendiri dapat terlaksana dengan baik.⁸ Dari situ kemudian menjadi kebiasaan bagi para pedagang dan pembeli dalam menerapkan aturan yang telah ditetapkan. Sehingga secara tidak langsung hal itu mengubah kebiasaan mereka menjadi lebih peduli akan lingkungan sekitar pasar.

Perubahan perilaku ini secara langsung berdampak pada meningkatnya jumlah pengunjung pasar, karena masyarakat merasa nyaman saat berbelanja. Pasar yang bersih, tidak becek, dan tertib menciptakan

⁷ Yudhistira Al-Adha dan Muhammad Eko Atmojo, “Efektivitas Program Jak Lingko Dalam Upaya Menurunkan Indeks Kemacetan Di Dki Jakarta,” *DEMOKRASI* 3, no. 1 (2023).

⁸ Marselino Jeheskiel Lila, Nurdy F L Waney, dan Gene H M Kapantow, “Partisipasi Pedagang dalam Pengelolaan Sampah di Pasar Pinaesaan Kecamatan Tompasobaru (Participation of Traders in Waste Management at Pinaesaan Market Tompasobaru SubDistrict),” *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Pedesaan)* 4, no. 3 (2022): 222–38.

suasana yang menyenangkan bagi pembeli, sehingga mereka menjadi lebih sering datang dan bertransaksi. Dengan meningkatnya kunjungan pembeli, maka secara otomatis jumlah penjualan para pedagang pun meningkat. Menurut Setiadi & Aidar, kondisi lingkungan pasar sangat berpengaruh terhadap minat beli masyarakat di pasar tradisional. Sehingga, agar para pembeli mau berdatangan ke pasar tradisional, harus diciptakan lingkungan yang bersih dan nyaman.⁹ Begitu juga menurut Anindhita, agar para pembeli mau berkunjung ke pasar tradisional, selain dari ragam serta harga barang yang dijual di sana, juga lingkungan yang bersih, rapi, dan nyaman harus diwujudkan.¹⁰ Menurut Bissilin, salah satu faktor yang bisa menjadi pelepas bagi para pedagang dalam meningkatkan pendapatannya adalah menciptakan lingkungan yang rapi dan bersih, agar membuat nyaman para pembeli yang datang. Pedagang harus bersiap-siap dalam semua kondisi yang akan dihadapi termasuk banyaknya pembeli yang akan datang. Sehingga diharuskan bagi mereka untuk menyediakan ruang yang nyaman agar mereka betah antri di sana. Dengan begitu, mereka akan tidak kapok untuk kembali atau justru mengajak teman-temannya untuk berkunjung ke sana, yang tentunya akan merujuk pada peningkatan pendapatan bagi pedagang.¹¹

⁹ Heri Setiadi dan Nur Aidar, "Analisis Eksistensi Pasar Tradisional Di Kota Banda Aceh," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan* 7, no. 3 (2022): 186–98.

¹⁰ Ines Anindhita, Nurhadi Nurhadi, dan Yosafat Hermawan Trinugraha, "Preferensi Konsumen Pasar Tradisional di Kabupaten Purbalingga," *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)* 7, no. 1 (2023).

¹¹ Jusri F Bissilisin, Pius Bumi Kellen, dan Lustry Rahayu, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur-Sayuran di Pasar Kasih Naikoten 1 Kota Kupang," *Jurnal Bisnis & Manajemen* 14, no. 2 (2022): 93–105.

Kemudian indikator ke empat adalah pelajaran yang diperoleh oleh pihak pelaksana. Tentunya banyak sekali pelajaran yang dapat dipetik dari adanya relokasi ini, mulai dari pengenalan dunia baru yang lebih baik dalam pengelolaannya, inovasi yang kian terbaharukan, dan lain sebagainya. Adanya relokasi ini juga menjadi pelajaran bagi pemerintah desa yang mengelola pasar sebagai sumber ekonomi masyarakat. Melalui proses relokasi ini, pihak desa belajar bahwa menciptakan lingkungan berdagang yang kondusif, tertata, dan bersih sangat berpengaruh terhadap kenyamanan pedagang dan pembeli. Pasar yang tertata rapi dan tidak menimbulkan kemacetan lalu lintas membuat pembeli merasa lebih nyaman untuk datang, yang pada akhirnya meningkatkan jumlah transaksi. Ini adalah pelajaran penting karena dari sinilah pihak desa dapat melihat secara langsung bahwa penataan fisik pasar yang baik berkorelasi langsung dengan peningkatan aktivitas ekonomi dan pendapatan pedagang.¹²

Tidak hanya itu, pelajaran lain yang sangat krusial adalah pentingnya pelibatan pedagang dalam setiap tahap relokasi—dari perencanaan, sosialisasi, sampai evaluasi. Pemerintah desa menyadari bahwa mendengar dan menindaklanjuti aspirasi pedagang akan menciptakan rasa memiliki dan komitmen bersama dalam menjaga pasar baru. Hal ini terbukti mampu menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan pendapatan. Ketika pedagang merasa dilibatkan dan didukung, mereka lebih

¹² Tri Anggraini, “Analisis Kinerja Birokrasi di Pemerintah Daerah Kabupaten Musi Banyuasin (Studi Kasus: Relokasi Pasar Rakyat oleh Dinas Koperasi, UMKM, dan Pengelolaan Pasar Tahun 2016),” *Jurnal Wacana Kinerja* 23, no. 1 (2020): 101–18.

bersemangat untuk meningkatkan kualitas dagangannya dan pelayanan kepada pelanggan.

Relokasi juga memberi pelajaran soal inovasi dan perbaikan layanan. Pemerintah desa mulai menyadari bahwa pasar bukan sekadar tempat jual beli, tetapi juga pusat interaksi sosial dan ekonomi yang harus dikelola dengan pendekatan kewirausahaan. Penataan yang rapi, kebersihan yang dijaga, serta pengelolaan yang profesional menjadi modal penting untuk menarik lebih banyak konsumen. Dengan meningkatnya kunjungan konsumen, maka otomatis peluang peningkatan pendapatan pedagang pun terbuka lebar.

Semua pelajaran ini, jika dirangkum, bermuara pada pencapaian tujuan utama relokasi itu sendiri yaitu peningkatan pendapatan pedagang. Artinya, keberhasilan relokasi bukan hanya dilihat dari selesainya pembangunan fisik pasar baru, tetapi juga dari bagaimana pihak desa memetik pelajaran dan mengimplementasikan strategi-strategi baru yang secara langsung berdampak positif terhadap kesejahteraan ekonomi pedagang. Dengan kata lain, proses relokasi telah menjadi sarana belajar yang memperkuat kapasitas pemerintah desa dalam menyejahterakan warganya melalui pengelolaan pasar rakyat yang lebih baik.

Kemudian indikator yang ke lima adalah tingkat kesadaran masyarakat akan kemampuan dirinya. Indikator ini sangat tampak dari bagaimana para pedagang merespons perubahan lingkungan berdagang mereka. Setelah dipindahkan ke lokasi pasar yang lebih tertata dan layak, para pedagang tidak hanya berpindah tempat, tetapi juga mulai

menunjukkan transformasi sikap dan pola pikir. Salah satu wujud dari meningkatnya kesadaran ini adalah munculnya semangat baru dalam menjalani profesi sebagai pedagang. Mereka mulai menyadari bahwa pasar yang bersih, rapi, dan tertata memberikan peluang yang lebih besar untuk menarik konsumen. Kesadaran ini kemudian mendorong mereka untuk berinovasi, misalnya dengan melakukan promosi secara online, memanfaatkan media sosial, memperluas jaringan pelanggan, serta menambah variasi barang dagangan. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang mulai melihat dirinya bukan hanya sebagai pelaku jual beli konvensional, tetapi juga sebagai pelaku ekonomi yang adaptif terhadap perubahan zaman.

Kesadaran ini tentu tidak datang begitu saja. Perubahan lingkungan pasar yang lebih baik pasca relokasi memicu perubahan pola pikir dan motivasi para pedagang. Mereka paham bahwa jika tetap menggunakan pola berdagang lama tanpa inovasi, mereka akan kalah dalam persaingan dan berpotensi kehilangan pelanggan. Maka, mereka pun terdorong untuk terus belajar dan memperbaiki cara berdagang, termasuk pelayanan terhadap pembeli. Ini adalah bentuk kesadaran akan potensi diri sekaligus tantangan eksternal yang mereka hadapi. Kesadaran ini sangat penting jika dikaitkan dengan tujuan utama relokasi, yakni peningkatan pendapatan pedagang. Dengan semangat baru dan inovasi yang mereka lakukan, terbuka peluang yang lebih besar untuk menarik lebih banyak pembeli dan memperluas pasar. Mereka tidak hanya menunggu pembeli datang, tetapi aktif menjemput peluang. Inilah salah satu indikator keberhasilan relokasi ketika

masyarakat yang menjadi subjek dari relokasi justru semakin tumbuh kesadarannya untuk mengembangkan potensi ekonomi mereka sendiri.

Dengan begitu, relokasi pasar tidak hanya membawa perubahan fisik, tetapi juga membangkitkan kesadaran ekonomi dan jiwa kewirausahaan masyarakat, yang secara langsung berdampak pada meningkatnya pendapatan mereka. Ini menunjukkan bahwa relokasi telah memberikan ruang bagi masyarakat untuk berkembang dan memperkuat peran mereka dalam ekonomi lokal.

B. Analisis Tantangan dan Peluang yang Muncul Dengan Adanya Relokasi Pasar di Pasar Krempyeng

Tantangan dalam pelaksanaan sebuah program tentunya akan terus bermunculan baik itu program lama ataupun program baru. Karena dengan tantangan tersebut, program yang digalakkan bisa menjadikannya sebagai bahan evaluasi terhadap keberhasilannya.¹³ Apabila tantangan itu berhasil dijadikan sebagai landasan dalam menjalankan program, maka pihak pengelola program tersebut akan terus berinovasi untuk menyelesaikan tantangan-tantangan tersebut, sehingga akan menghadirkan dampak yang luar biasa.¹⁴ Dampak tersebut yang nantinya akan dinikmati oleh subjek dari adanya program tersebut dan memberikan mereka sebuah keuntungan.

¹³ Alya Prastika Rany dkk., “Tantangan Indonesia dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang kuat dan pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui indonesia green growth program oleh bappenas,” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan* 20, no. 1 (2020): 63–73.

¹⁴ Waspodo Tjipto Subroto, “Menanamkan nilai-nilai entrepreneurship melalui pendidikan ekonomi pada era masyarakat ekonomi Asean,” *Jurnal Economia* 11, no. 1 (2015): 16–25.

Tentunya, selain ada tantangan, dalam pelaksanaan sebuah program baru terdapat juga peluang. Peluang tersebut yang disebut sebagai keuntungan dari adanya program yang dijalankan atau yang digalakkan.¹⁵ Menurut Riswanto, peluang juga bisa menjadi tolak ukur keberhasilan suatu program dalam dunia ekonomi. Pasalnya, peluang bisa mengidentifikasi kemungkinan keuntungan yang akan didapatkan oleh pihak pelaku pelaksana program. Juga sebagai landasan indikator keberhasilan dari program tersebut.¹⁶

1. Tantangan dalam Relokasi Pasar Krempyeng

Dalam pelaksanaan relokasi pasar Krempyeng di Desa Mojorejo, muncul tantangan-tantangan yang diungkapkan oleh Pak Heri selaku Carik desa Mojorejo sekaligus salah satu dari pihak pengelola pasar Krempyeng. Tantangan-tantangan tersebut banyak terjadi ketika di awal masa relokasi pasar Krempyeng. Penyebabnya adalah, banyak pedagang-pedagang yang merasa tidak bisa beradaptasi dengan lokasi relokasi yang baru. Menurut Rani, hal itu menjadi sesuatu yang wajar dalam setiap program relokasi dari satu tempat ke tempat lainnya yang baru. Adaptasi menjadi suatu keharusan bagi setiap pelaku usaha yang berpindah tempat ke tempat yang baru. Setiap pedagang tentunya harus memiliki strategi yang tepat untuk beradaptasi di tempat

¹⁵ Muhammad Anwar Fathoni, "Potret industri halal Indonesia: Peluang dan tantangan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 428–35.

¹⁶ Ari Riswanto dkk., *EKONOMI KREATIF: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 87.

lain, karena tentunya mereka para pedagang yang tidak memiliki ikatan dengan tanah yang dihuni tidak akan selamanya berada di sana.¹⁷

Dari pihak pedagang juga membenarkan adanya tantangan tersebut di masa awal relokasi pasar Krempyeng. Sehingga diperlukan adanya cara atau strategi untuk mengatasi tantangan tersebut. Dari hasil wawancara bersama dengan para pedagang di Pasar Krempyeng, diketahui bahwa beberapa pedagang telah menerapkan beberapa strategi untuk mengatasi tantangan tersebut. Salah satunya yaitu dengan mempromosikan lokasi serta dagangan mereka melalui platform media sosial seperti WA dan FB. Menurut Wati, langkah tersebut merupakan langkah yang tepat, karena di awal masa perpindahan tentunya membutuhkan cara bagaimana agar orang-orang tahu bahwa dia telah berpindah tempat. Melalui dua platform tersebut, informasi itu akan dengan cepat menyebar, sehingga tak perlu lagi capek-capek mendatangi satu-satu orang-orang dan memberi tahu mereka bahwa ia telah berpindah lokasi jualannya.¹⁸ Menurut Dewi, selain sebagai media untuk memberikan informasi dengan cepat, aplikasi wa dan fb juga menjadi media promosi yang paling efisien. Karena seseorang tinggal mengupload dagangannya dengan menyertakan foto dan deskripsinya kemudian mengunggahnya. Maka dengan begitu orang-orang akan melihat promosi tersebut, dan tak perlu lagi untuk mempromosikan

¹⁷ Anisa Puspa Rani dkk., “Hambatan Adaptasi Mata Pencarian Kelompok Rentan Dalam Relokasi Masyarakat Pesisir KEK Mandalika,” *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual* 6, no. 2 (2024): 207–20.

¹⁸ Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, dan Aniek Indrawati, “Peningkatan keterampilan pemasaran melalui pelatihan whatsapp business pada UMKM,” *Dedication: jurnal pengabdian masyarakat* 4, no. 2 (2020): 137–48.

secara langsung di lokasi yang membuat tenaga banyak terkuras.¹⁹ Dengan begitu, perpindahan lokasi jualan akibat adanya relokasi pasar Krempyeng ini tak menjadi masalah besar bagi mereka para pedagang yang mau berinovasi dalam menjalankan promosi dagangannya.

Selain tantangan adaptasi, pedagang menyampaikan bahwa terdapat tantangan lain dari kebijakan baru yang diterapkan oleh pihak pengelola pasar Krempyeng, yakni adanya penambahan persaingan antar pedagang yang makin banyak karena adanya kebijakan memperbolehkan pedagang selain dari Desa Mojorejo ikut berjualan di Pasar Krempyeng asalkan daftar ke pihak pengelola. Menurut Winih, hal tersebut dilakukan oleh pihak pengelola agar pasar semakin menambah macam-macam yang diperjual belikan, sehingga bisa mendatangkan pengunjung-pengunjung baru yang menambah keramaian pasar. Tambahnya, persaingan pasar diperlukan agar para pedagang mau berinovasi dan berusaha lebih keras agar bisa meningkatkan kualitas baik cara mereka berdagang ataupun yang diperjualbelikan.²⁰ Sementara menurut penelitian yang dilakukan oleh Dwilandari, di mana penelitian tersebut menganalisis kebijakan pengurangan jumlah pedagang pasar dengan maksud memulihkan ekonomi menjadi lebih efektif. Hasilnya, kebijakan tersebut tidak serta menimbulkan dampak positif, melainkan terjadi pengurangan terhadap

¹⁹ Euis Puspita Dewi, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Pada Toko ABC Jenangan Ponorogo)” (IAIN Ponorogo, 2021).

²⁰ Titik Sri Winih dan Aji Damanuri, “Peran E-Commerce Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Daya Saing,” *AL-MANHAIJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 2 (2023): 1567–80.

jumlah pengunjung pasar karena mereka tahu bahwa pedagang yang ingin dituju telah dipindahkan.²¹

Persaingan antar pedagang dalam ruang lingkup pasar adalah hal yang wajar. Malano dalam bukunya menjelaskan bahwasanya persaingan di dunia ekonomi akan terus ada dan semakin bertambahnya waktu akan terus meningkat. Oleh karena itu, sebagai pedagang haruslah berinovasi melalui ide-ide cemerlangnya dan menerapkannya secara langsung.²²

2. Peluang yang Muncul dari Adanya Relokasi Pasar Krempyeng

Dalam wawancaranya Pak Heri menjelaskan bahwasanya terdapat juga peluang yang muncul dengan adanya relokasi pasar Krempyeng ini. Dengan di bentuk sedemikian rupa hingga menjadi pasar tradisional dengan lingkungan yang bersih dan tertata rapi, peluang pengunjung akan semakin banyak yang berdatangan kian besar. Hal itu sesuai dengan penjelasan dari Malano dalam bukunya, di mana disebutkan bahwa pasar yang bersih, tertib, serta tertata rapi akan menghadirkan lebih banyak pengunjung dari berbagai kalangan, baik itu muda maupun orang tua. Dengan lingkungan pasar yang bersih dan rapi, pengunjung tak perlu gengsi untuk berkunjung ke pasar tradisional.²³ Dalam sambungan wawancaranya, Pak Heri juga mengungkapkan bahwa pihak pengelola pasar Krempyeng ingin

²¹ Anggie Fauziah Dwiliandari, "Dilematika Pelonggaran Pengawasan Aksi Merger sebagai Kebijakan Reformasi Pemulihan Ekonomi," *Jurnal Persaingan Usaha* 1, no. 1 (2021): 39–53.

²² Herman Malano, *Selamatkan pasar tradisional* (Gramedia Pustaka Utama, 2013), 48.

²³ *Ibid.*, 2.

membuat pasar Krempyeng yang baru ini menjadi lebih modern dengan kualitas yang terus akan ditingkatkan namun tidak menghilangkan kesan dari pasar tradisional itu sendiri. Hal itu karena, zaman yang terus maju membuat pasar tradisional kian tergerus zaman, sehingga perlu adanya pembaharuan dalam bentuk inovasi terhadap pasar tradisional yang membuat pasar tradisional tidak kalah dengan pasar-pasar modern yang kini makin banyak.²⁴

Para pedagang sendiri juga mengonfirmasi hal tersebut, di mana menurut mereka, adanya relokasi ini memunculkan peluang baru di mana lokasi pasar sangat strategis yakni di perbatasan tiga desa yakni Desa Mojorejo, Desa Karanggebang, dan Desa Tegalsari. Terlebih lagi jalan yang menjadi jalan utama sekaligus tertuju langsung ke arah makan Tegalsari. Sehingga akan mendatangkan banyak pengunjung baru yang berdatangan. Tentunya akan menjadi kesempatan emas bagi mereka para pedagang untuk lebih giat lagi dalam berdagang. Dalam penelitian Alfany, dijelaskan bahwa lokasi strategis merupakan salah satu yang mempengaruhi peningkatan pendapatan setelah adanya relokasi. Relokasi yang dilakukan haruslah memilih lokasi di mana letaknya strategis yang sangat dekat akan keramaian.²⁵ Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Asshofi, di mana relokasi pasar yang dilakukan tidak memperhatikan lokasi yang strategis. Sehingga

²⁴ YUSRAN Asmar, “Perubahan Sosial Pedagang Pasar Tradisional dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Nagari Padang Lua Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam (IAIN Bukittinggi). IAIN Bukittinggi” (Skripsi IAIN Bukittinggi, 2019).

²⁵ Rauza Alfany, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasca Relokasi (Studi Kasus Pasar Induk Kota Juang Bireuen)” (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020).

dalam penelitiannya disebutkan bahwa relokasi yang dilakukan pihak pengelola pasar tidak efektif karena justru membuat para pedagang menurun pendapatannya.²⁶

Selain lokasi yang menjadi fokus utama pihak pengelola pasar Krempyeng, mereka juga mengupayakan sosialisasi digitalisasi pasar tradisional. Maksudnya, pihak pengelola ingin para pedagang tidak hanya berfokus pada cara penjualan konvensional, tetapi juga melalui platform-platform lain seperti wa, dan fb. Pihaknya terus mengupayakan segala proses yang dibutuhkan, yaitu melalui pendekatan kepada para pedagang agar tiap pedagang bisa mengubah cara berdagang mereka. Hal ini tentunya tidak serta merta tanpa tujuan, tapi dalam wawancaranya Pak Heri menyambung bahwasannya segala tindakan ini tujuannya adalah agar pasar Krempyeng Mojorejo makin dikenal banyak orang termasuk dari luar daerah. Perlunya agar para pengunjung dari berbagai daerah terus berdatangan dan berbelanja di sini. Sehingga pendapatan para pedagang akan otomatis meningkat. Hal itu juga yang diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani, menurutnya penggunaan platform digital akan memberikan efek luar biasa kepada para pedagang. Mereka akan lebih mudah dalam mempromosikan dagangan mereka tanpa harus keluar

²⁶ Izza Ulumuddin Ahmad Asshofi dkk., “Dampak Relokasi Pasar Bunga dan Sayur Bandung Terhadap Peningkatan Daya Tarik Wisata,” *Tourism Scientific Journal* 9, no. 2 (2024): 200–209.

biaya banyak. Mereka hanya tinggal memfoto dan memberi narasi promosi.²⁷

Hal itu tentunya disambut baik oleh para pedagang, dan bahkan saat wawancara berlangsung ada salah satu pedagang yang sudah lebih dulu mempromosikan dagangannya di platform digital seperti fb dan ig. Menurutnya itu membuatnya jauh lebih mudah dalam mempromosikan dagangannya dan tidak perlu capek-capek untuk mengenalkan dagangannya satu-persatu. Sehingga mereka akan lebih leluasa dalam memunculkan variasi lain agar dagangannya lebih ramai pembeli.

Selain melalui sosial media, pihak pengelola juga mengupayakan digitalisasi dagang melalui e-commerce. Menurut Andayani dkk., pada zaman yang serba digital ini sangat penting untuk beradaptasi dengan zaman khususnya dalam dunia perdagangan. Kini telah marak berbagai media jualan online seperti shoope, tokopedia, dan lain sebagainya yang menjadi media efektif untuk memasarkan dagangan para pedagang melalui online. Media ini sangat memudahkan pedagang maupun pembeli. Pedagang hanya tinggi mempromosikan melalui iklan yang dibuat di sosial media, dan pembeli hanya tinggal memesan sesuatu yang ingin di beli melalui hpnya dari manapun. Sehingga tidak perlu capek-capek pergi ke pasar untuk membeli sesuatu

²⁷ Fanny Ramadhani dan Indah Purnama Sari, “Pemanfaatan Aplikasi Online dalam Digitalisasi Pasar Tradisional di Medan,” in *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, vol. 2, 2021, 806–11.

yang dibutuhkan, hanya tinggal melalui ponsel masing-masing dan pesanan akan datang dengan sendirinya.²⁸



²⁸ Sudarman, Sutrisni Andayani, dan Yunaita Rahmawati, “Pemasaran e-coprint melalui e-commerce” 3, no. 2015 (2021): 219–25.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari paparan data serta penjelasan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Efektivitas pasar Krempyeng dinilai dari lima indikator yang digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini. ke lima indikator tersebut telah terpenuhi dengan mempertimbangkan berbagai aspek. Dari indikator tersebut menjurus pada seberapa besar peningkatan pendapatan yang didapatkan oleh para pedagang di pasar Krempyeng. Hasilnya, para pedagang telah menjelaskan secara langsung bahwasanya pendapatan mereka telah meningkat semenjak adanya relokasi tersebut. hal itu juga dibuktikan dengan data yang dimiliki oleh Pak Heri selaku Carik desa Mojorejo sekaligus pengelola pasar Krempyeng. Sehingga dari situ dapat dikatakan bahwa relokasi pasar Krempyeng ini efektif.
2. Terdapat tantangan dalam relokasi pasar Krempyeng ini, yaitu adaptasi yang sulit di awal masa pemindahan para pedagang. Adaptasi memerlukan adanya pendekatan dari pihak pengelola pasar sehingga mendorong mereka untuk menuangkan idenya dalam mengatasi tantangan tersebut. promosi-promosi melalui platform media sosial gencar dilakukan sebagai langkah awal dalam mengatasi tantangan tersebut. tantangan lainnya adalah adanya persaingan bagi para pedagang dengan pedagang baru. Sehingga mengharuskan mereka untuk berinovasi lebih giat lagi. Peluangnya, lokasi strategis yang dipilih

sebagai lokasi relokasi memungkinkan untuk para pengunjung baru berdatangan lebih ramai lagi. Sehingga sangat memungkinkan akan meningkatkan pendapatan mereka.

B. Saran

Peneliti memberikan beberapa saran untuk pedagang, pengelola pasar Krempyeng, dan Pak Heri selaku carik desa Mojorejo, agar relokasi pasar ini menghadirkan manfaat yang lebih banyak lagi:

1. Pedagang

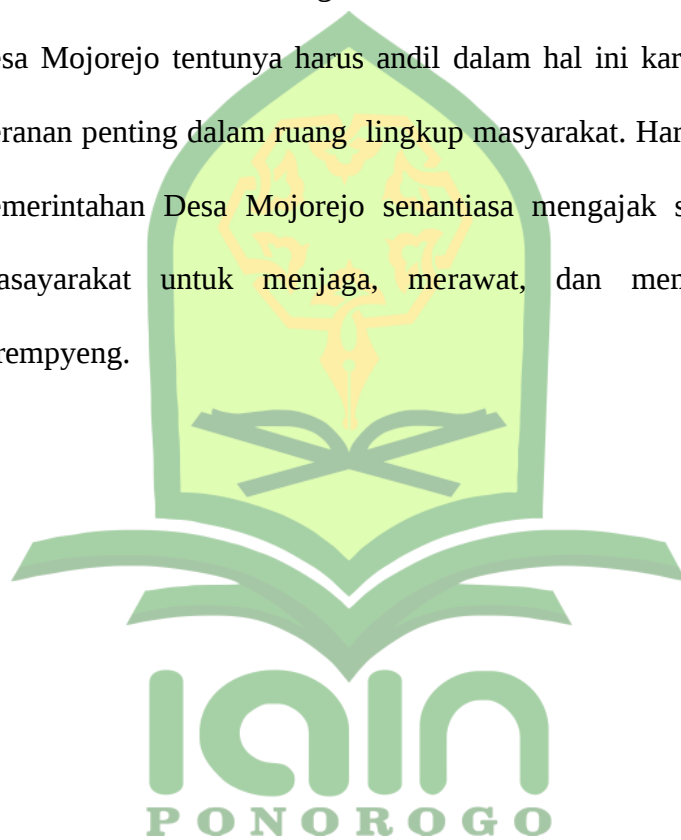
Dalam menghadapi zaman yang kian maju, tentunya para pedagang harus lebih berinovasi lagi dengan teknologi-teknologi yang ada. Para pedagang harus melek dengan teknologi dan menggunakannya sebagai media promosi. Karena potensi yang tinggi terdapat di sana.

2. Pengelola Pasar Krempyeng

Sebagai pengelola pasar Krempyeng tentunya haruslah lebih memperhatikan kesejahteraan para pedagang dan pembeli yang menjadi aktor utama dari adanya pasar Krempyeng ini. hak-hak mereka tidak boleh dikurangi atau bahkan tidak terpenuhi. Keharmonisan antara penjual, pembeli, dan pihak pengelola pasar harus terus dijaga agar apabila ada peraturan baru yang akan diterapkan bisa terlebih dahulu mendiskusikannya bersama. aspirasi-aspirasi baik itu dari pedagang maupun pembeli haruslah didengar agar kenyamanan mereka terpenuhi.

3. Pak Heri Pranoto

Sebagai Sekertaris Desa atau biasa disebut dengan Carik sekaligus sebagai pengelola pihak pasar Krempyeng tentunya diharapkan bisa mengintegrasikan antara pasar Krempyeng dengan pemerintahan desa Mojorejo dalam memajukan Pasar Krempyeng. Pasar ini memiliki potensi yang besar sehingga perlu adanya dukungan dari berbagai pihak agar terus bisa berkembang dari tahun ke tahun. Pihak pemerintahan desa Mojorejo tentunya harus andil dalam hal ini karena memegang peranan penting dalam ruang lingkup masyarakat. Harapannya, pihak pemerintahan Desa Mojorejo senantiasa mengajak seluruh elemen masyarakat untuk menjaga, merawat, dan memajukan Pasar Krempyeng.



DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, Jazak Yus, dan Maria Jacinta Arquisola. *10 Habits of Highly Productive People: 10 Kebiasaan Produktif beserta Manfaatnya*. Elex Media Komputindo, 2024.
- Agung, Muhammad Ridlo. “Kemiskinan di Perkotaan Semarang.” Semarang: Unissula Press, 2001.
- Ahyar, Hardani, Helmina Andriani, Dhika Juliana Sukmana, S Pd Hardani, Nur Hikmatul Auliya MS, B GC, M S Helmina Andriani, R A Fardani, J Ustiawaty, dan E F Utami. “Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif.” *Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu*, 2020.
- Akbar, Anugrah, Muhammad Tahir, dan Nasrulhaq Nasrulhaq. “Efektifitas Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kota Makassar.” *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)* 2, no. 4 (2021): 1398–1411.
- Al-Adha, Yudhistira, dan Muhammad Eko Atmojo. “Efektivitas Program Jak Lingko Dalam Upaya Menurunkan Indeks Kemacetan Di Dki Jakarta.” *DEMOKRASI* 3, no. 1 (2023).
- Alfany, Rauza. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasca Relokasi (Studi Kasus Pasar Induk Kota Juang Bireuen).” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020.
- Amri, Muhtadin, Faruq Ahmad Futaqi, Arel Buyung Anason, Gea Rofiqoh, dan Ginta Neli Mariskha. “Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan dan Branding BUM Desa Kutukulon dan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Jetis Ponorogo.” *ULTAN Journal of Social Sciences and Humanities* 1, no. 2 (2022): 56–76.
- Anggraini, Febi. “Efektivitas Relokasi Pasar Peunayong Ke Al-Mahirah Lamdingin Banda Aceh.” UIN Ar-Raniry, 2022.
- Anggraini, Tri. “Analisis Kinerja Birokrasi di Pemerintah Daerah Kabupaten Musi Banyuasin (Studi Kasus: Relokasi Pasar Rakyat oleh Dinas Koperasi, UMKM, dan Pengelolaan Pasar Tahun 2016).” *Jurnal Wacana Kinerja* 23, no. 1 (2020): 101–18.
- Anindhita, Ines, Nurhadi Nurhadi, dan Yosafat Hermawan Trinugraha. “Preferensi Konsumen Pasar Tradisional di Kabupaten Purbalingga.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)* 7, no. 1 (2023).
- Anita, Siska Yuli, Hari Wahyuni, Nurlaila Hanum, Trimardi Jaya Putra, Yuanita Levany, Miranti Pradipta Utami, Suhardi, dkk. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro, 2015.
- Apriliana, Silvia, dan Shinta Maharani. “Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai, Kemnfataan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Konsumen Bertransaksi Melalui Quick Response Code Indonesia Standar di Karesidenan Madiun.”

- Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 16, no. 2 (2024): 101–8.
<https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.310>.
- Armi, Aldinur. “Dampak sosial ekonomi kebijakan relokasi pasar (studi kasus relokasi pasar Dinoyo Malang).” Brawijaya University, 2016.
- As’ ari, Hasim, H B Gusliana, Irwin Mirza Umami, Dedi Kusuma Habibie, dan Risky Arya Putri. “Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pengembangan Potensi Lokal di Desa Kesumbo Ampai.” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 6, no. 1 (2024): 2470–77.
- Asmar, YUSRAN. “Perubahan Sosial Perdagangan Pasar Tradisional dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Nagari Padang Lua Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam (IAIN Bukittinggi). IAIN Bukittinggi.” Skripsi IAIN Bukittinggi, 2019.
- Asshofi, Izza Ulumuddin Ahmad, Emik Rahayu, Andi Hallang Lewa, Dedi Joko Purnomo, Ratih Dwijayanti, dan Fresta Indah Lestari. “Dampak Relokasi Pasar Bunga dan Sayur Bandungan Terhadap Peningkatan Daya Tarik Wisata.” *Tourism Scientific Journal* 9, no. 2 (2024): 200–209.
- Atmaja, Wili Yoga, dan Patmawati Patmawati. “Pendapatan Pasif dan Aktif Usaha Bisnis.” *JIEKA: Jurnal Integrasi Ekonomi, Keuangan, dan Akuntansi* 1, no. 1 (2024): 20–30.
- Bissilisin, Jusri F, Pius Bumi Kellen, dan Lustry Rahayu. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur-Sayuran di Pasar Kasih Naikoten 1 Kota Kupang.” *Jurnal Bisnis & Manajemen* 14, no. 2 (2022): 93–105.
- Bulqeis, Putri. “Analisis dampak relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang Pasar Baru di Panyabungan.” UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023.
- Damsar, Damsar, dan Indrayani Indrayani. “Pengantar Sosiologi Pasar.” *Jakarta: Kencana Prenada Media Group*, 2018.
- Dewi, Euis Puspita. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Pada Toko ABC Jenangan Ponorogo).” IAIN Ponorogo, 2021.
- Dwiliandari, Anggie Fauziah. “Dilematika Pelonggaran Pengawasan Aksi Merger sebagai Kebijakan Reformasi Pemulihan Ekonomi.” *Jurnal Persaingan Usaha* 1, no. 1 (2021): 39–53.
- Edi, Fandi Rosi Sarwo. *teori wawancara Psikodignostik*. Penerbit LeutikaPrio, 2016.
- Fathoni, Muhammad Anwar. “Potret industri halal Indonesia: Peluang dan tantangan.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 428–35.
- Firdaus, Salsabilla, Tizar Satria Framana, Yunita Dwi Alfiani, dan Pepi Siti Paturohmah. “Tingkat Pendidikan dan Dampaknya terhadap Kurangnya Partisipasi Pemuda dalam Pembangunan Desa Kidangpananjung.”

Proceedings Uin Sunan Gunung Djati Bandung 3, no. 8 (2023): 595–608.

Gestananto, Vidi, I Gusti Gede Heru Marwanto, dan Teguh Pramono. “Implementasi Perda Nomor 1 Tahun 2020 Tentang Penyelenggaraan dan Pelayanan Pasar’.” *Jurnal Interaksi: Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik* 1, no. 2 (2024): 226–36.

Hariyono, M B, Budi Hartono, Suprih Bambang Siswijono, Priyo Sugeng Winarto, Hari Dwi Utami, Bambang Ali Nugroho, Siti Azizah, Anie Eka Kusumastuti, Rizki Prafitri, dan Nanang Febrianto. *Dasar-Dasar Manajemen Industri Peternakan*. Universitas Brawijaya Press, 2022.

“Hery Pranoto, Wawancara, 08 Februari 2025.” n.d.

Huda, Nurul. *Ekonomi pembangunan islam*. Prenada Media, 2017.

Iskandar, Dedi, Rully Rully, dan Atika Candra Yulia. “Faktor Pembentuk Eksistensi Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Desa Gawok-Sukoharjo).” *NALARs* 23, no. 2 (2024): 131–44.

Ismuhamdan, M Elki, Prajoko Prajoko, dan Winda Apriandari. “Klasifikasi Efektivitas Kebijakan Relokasi Pusat Jajanan Kota Sukabumi Menggunakan Algoritma Naïve Bayes Classifier.” *Bit (Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur)* 20, no. 2 (2023): 103–12.

Kurniawan, Riki. “Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah.” *Jurnal Az Zahra: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2023): 471–80.

Laxmi, Dinda Praba Indira, dan Ni Made Tisnawati. “Efektivitas Dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Seni Sukawati.” *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* 12, no. 2 (2023): 104. <https://doi.org/10.24843/eep.2023.v12.i02.p02>.

Lexy, J Moleong. “Metodologi penelitian kualitatif.” *Bandung: Remaja Rosdakarya*, 2002.

Lila, Marselino Jeheskiel, Nurdy F L Waney, dan Gene H M Kapantow. “Partisipasi Pedagang dalam Pengelolaan Sampah di Pasar Pinaesaan Kecamatan Tompasobaru (Participation of Traders in Waste Management at Pinaesaan Market Tompasobaru SubDistrict).” *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Pedesaan)* 4, no. 3 (2022): 222–38.

Malano, Herman. *Selamatkan pasar tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.

———. *Selamatkan pasar tradisional*. Gramedia Pustaka Utama, 2013.

Mankiw, N. Gregory, Euston Quah, dan Peter Wilson. *Peter Wilson. Pengantar Ekonomi Makro Edisi Asia Jilid 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.

- Mappiare, Andi. “Dasar-dasar Metodologi Riset Kualitatif Untuk Ilmu Sosial dan Profesi.” *Malang: Jenggala Pustaka Utama Bersama Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang*, 2009.
- Marselina, Lili, dan Atika Wijaya. “Dampak Relokasi Pedagang Di Lingkungan Objek Wisata Golaga Kabupaten Purbalingga,” 2022.
- Miftahudin, Miftahudin, Muhammad Istan, dan Rahman Arifin. “Efektivitas Relokasi Lapak Pedagang Pasar Atas Curup Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” IAIN Curup, 2022.
- Mulyana, Annisa Dea. “Pengaruh Kebijakan Revitalisasi Pasar Johar Semarang Terhadap Kepercayaan Publik Pada Kepemimpinan Walikota Hendrar Prihadi.” Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang., 2023.
- Nurmasyahyati, Nurmasyahyati, Fidhia Aruni, Muhaddis Muhaddis, Ratna Farida, dan Fauzan Fauzan. “Efektivitas Kebijakan Pemerintah Dalam Pemindahan Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Jalan Pase Kota Lhokseumawe: Studi Di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe.” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 6 (2024): 7267–74.
- Nursanti, Tinjung Desy, Abdul Gani Haitamy, Dani Arisandi DN, Putu Riesty Masdiantini, Ervina Waty, Yoseb Boari, dan Loso Judijanto. *ENTREPRENEURSHIP: Strategi Dan Panduan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Yang Efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Pameling, Dwika Putri, Gustrina Sari, dan Nor Faradea. “Pengaruh Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional di Era Digital.” *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)* 7, no. 4 (2024): 116223–218.
- Pujirahayu, Gustin. “Dampak Pelaksanaan Kebijakan Relokasi Pasar Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Di Pasar Subuh.” IAIN Ponorogo, 2023.
- Putra, Andi Aditya, Andi Rusdi Untung, dan Iwan Mamminanga. “Efektivitas Pelayanan Publik Pada Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Wajo.” *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 3, no. 1 (2023): 132–44.
- Ramadhani, Fanny, dan Indah Purnama Sari. “Pemanfaatan Aplikasi Online dalam Digitalisasi Pasar Tradisional di Medan.” In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2:806–11, 2021.
- Rani, Anisa Puspa, Siti Nurjannah, Saipul Hamdi, Dwi Setiawan Chaniago, Sally Salsabila, dan M Faisal Dirnuarsyah. “Hambatan Adaptasi Mata Pencarian Kelompok Rentan Dalam Relokasi Masyarakat Pesisir KEK Mandalika.” *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual* 6, no. 2 (2024): 207–20.
- Rany, Alya Prastika, Salsabila Azkia Farhani, Vidya Rizky Nurina, dan Laila Masruro Pimada. “Tantangan Indonesia dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang kuat dan pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui indonesia green growth program oleh bappenas.” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan*

Pembangunan 20, no. 1 (2020): 63–73.

Riswanto, Ari, Tetty Sufianty Zafar, Elisha Sunijati, Budi Harto, Yoseb Boari, Putra Astaman, Muh Dassir, dan Aulia Nurul Hikmah. *EKONOMI KREATIF: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

Samsudin, Acep, Johannes Baptista Brian, Riska Amanda, Valiza Eka Putri, dan Yoghananda Dec'caprio. "Konsep, Fungsi, Dan Aplikasi Manajemen Sumber Daya Manusia Secara Efektif Dan Efisien Untuk Mencapai Tujuan Organisasi." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 17 (2024): 28–39.

Santoso, Muhammad Sugeng. "Efektivitas Pelaksanaan Kebijakan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima di Sentra Wisata Kuliner Deles Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya." *UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945*, 2018.

Sapulete, Casey Meilinda, Welson Rompas, dan Novie Andres Palar. "Evaluasi Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara." *Jurnal Administrasi Publik* 8, no. 120 (2022).

Setiadi, Heri, dan Nur Aidar. "Analisis Eksistensi Pasar Tradisional Di Kota Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan* 7, no. 3 (2022): 186–98.

Sholihin, A. I. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama., 2013.

"Siska, Wawancara, 10 Februari 2025." n.d.

Siyoto, Sandu, dan Muhammad Ali Sodik. *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing, 2015.

Soegiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. 19 ed. Bandung: ALFABETA, 2011.

Subroto, Waspodo Tjipto. "Menanamkan nilai-nilai entrepreneurship melalui pendidikan ekonomi pada era masyarakat ekonomi Asean." *Jurnal Economica* 11, no. 1 (2015): 16–25.

Sudarman, Sutrisni Andayani, dan Yunaita Rahmawati. "Pemasaran e-coprint melalui e-commerce" 3, no. 2015 (2021): 219–25.

Sugiyono, Suriasumantri. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. : Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra. Bandung, 2017.

"Sulas, Wawancara, 10 Februari 2025." n.d.

Syaparuddin, dan Sari Utami. *ISLAM dan Pasar Tradisional*. Diedit oleh Jumriani, Muhammad Ardi, dan Rini Idayanti. *Trust Media Publishing*. 1 ed. Yogyakarta: TrustMedia Publishing, 2019.

- Tambunan, Tulus. *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. Pt Penerbit IPB Press, 2020.
- Tandi la'bi, Agustinus, dan Lisa Sababalat. "Mengasah Kecakapan Berwirausaha: Strategi dan Keterampilan yang Diperlukan untuk Sukses," 2024.
- Umar, Husein. "Business an Introduction, Jakarta: PT." *Gramedia Pustaka Utama*, 2000.
- Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha, dan Aniek Indrawati. "Peningkatan keterampilan pemasaran melalui pelatihan whatsapp business pada UMKM." *Dedication: jurnal pengabdian masyarakat* 4, no. 2 (2020): 137–48.
- Wibowo, Naufal Farras Abhista, dan Mardwi Rahdriawan. "Relokasi Pedagang Pasca Revitalisasi Pasar Johar Semarang." *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)* 13, no. 2 (2024): 131–42.
- Wicaksono, Mochammad Hendy, R Machmud Sugandi, dan Imam Alfianto. "Pengendalian Durasi Optimal pada Pembangunan Myze Hotel Sumenep Menggunakan CPM dan Metode PERT." *Bentang: Jurnal Teoritis dan Terapan Bidang Rekayasa Sipil* 12, no. 1 (2024): 49–62.
- Widyatmoko, Galih. "Kepemimpinan Kyai dalam Meningkatkan Kinerja Tenaga Pendidik di Pondok Pesantren." *Journal of Educational Research* 2, no. 2 (2023): 239–56.
- Winih, Titik Sri, dan Aji Damanuri. "Peran E-Commerce Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Daya Saing." *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 2 (2023): 1567–80.
- Yani, Cut Fitri. "Dampak Kebijakan Relokasi Pasar Tradisional Peunayong terhadap Pendapatan Pedagang Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pasar Al-Mahirah Kota Banda Aceh)." UIN Ar-Raniry, 2021.
- Yudha, Eka Purna, Arga Kurniawan, dan Moch Farhan Hermawan. "Daya Tarik Konsumen Terhadap Pasar Modern Versus Pasar Tradisional." In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis*, 7:118–24, 2023.
- Yuliyani, Nancy, dan Rifki Khoirudin. "Analisis Efektifitas Investasi Revitalisasi Pasar Prambanan di Sleman Yogyakarta." *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)* 4, no. 2 (2021): 144. <https://doi.org/10.32493/skt.v4i2.7447>.
- "Yuni, Wawancara, 10 Februari 2025." n.d.
- Yuniarti, Andi, dan Ahmad Muhtamar. "Pengaruh Self Efficacy dan Locus Of Control Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telekomunikasi Sengkang." *SEIKO: Journal of Management & Business* 4, no. 3 (2022): 375–84.
- Yusida, Ermita, Frada Nadya Megatara Putra, dan Hadi Sumarsono. "Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Kertosono Kabupaten Nganjuk." *Ecoplan* 4, no. 1 (2021): 54–66.

Zunaidi, Arif. “Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas.” Yayasan Putra Adi Dharma, 2024.



CURRICULUM VITAE

Nama saya Novia Tri Wulandari, saya lahir di Ponorogo pada tanggal 2 November 1998. Saya merupakan putri dari pasangan Mismantoyo dan Suratin, dan saya tinggal di Mojorejo, Jetis, Ponorogo. Sejak kecil, saya memiliki semangat belajar yang tinggi. Saya memulai pendidikan formal di SDN Mojorejo pada tahun 2005 dan menyelesaikannya pada tahun 2012. Kemudian, saya melanjutkan ke MTs Al Islam Joresan dan menimba ilmu di sana hingga tahun 2015. Setelah lulus, saya memilih melanjutkan ke SMK Al Islam Joresan dan menyelesaikan pendidikan saya pada tahun 2018. Saat ini, saya masih aktif sebagai mahasiswa di IAIN Ponorogo. Selama perjalanan pendidikan saya, saya terus berusaha mengembangkan diri, baik secara akademik maupun non-akademik, dengan harapan dapat memberikan kontribusi terbaik di lingkungan tempat saya berada.

