

**EFEKTIFITAS PROGRAM RELOKASI PASAR BERSEHATI DI
KECAMATAN WENANG KOTA MANADO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

Raisa Nuriyah Ramadhani

NIM. 18.4.1.092

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
MANADO**

1443 H/2022 M

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Raisa Nuriyah Ramadhani

NIM : 1841092

Program : Sarjana (Strata Satu)

Institut : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 20 Oktober 2022
Saya yang menyatakan



Raisa Nuriyah Ramadhani
NIM. 18.41.092



KEMENTERIAN AGAMA RI.
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ringroad I Kota Manado Telp. (0431) 860616 Manado 95128

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Permohonan Ujian Skripsi
 Lamp : Berkas Persyaratan Ujian Skripsi

Kepada
 Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
 Di-
 Manado

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara/i:

Nama : Raisa Nuriyah Ramadhani

Nim : 1841092

Judul Skripsi : Efektivitas Relokasi Pasar Bersehati Di Kecamatan Wenng Kota Manado

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu/Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Rumpun Keilmuan Ekonomi Syari'ah.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara/i tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Manado,....., 2022

Pembimbing I

Dr. Munir Tubagus, M. Cs.
 NIP. 197311182006041001

Pembimbing II

Muhammad Azhar Muslihin, S.e,MM
 NIDN. 2003038901

Mengetahui
 Ketua prodi







Sjamsuddin A.K. Antuli, S.Ag, M.A
 NIP. 197611262003121003

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Efektivitas Program Relokasi Pasar Bersehati Di Kecamatan Wenang Kota Manado” yang disusun oleh Raisa Nuriyah Ramadhani, NIM: 1841092, Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Senin, 07 November 2022 M bertepatan dengan 12 Rabiul Akhir 1444 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.


Manado, 07 November 2022 M
12 Rabiul Akhir 1444 H

DEWAN PENGUJI:

Ketua	: Dr. Munir Tubagus, M.Cs	()
Sekretaris	: Muhammad Azhar Muslihin, S.E., MM	()
Munaqisy I	: Dr. Edi Gunawan, M.HI	()
Munaqisy II	: Sjamsuddin A.K Antuli, M.A	()
Pembimbing I	: Dr. Munir Tubagus, M.Cs	()
Pembimbing II	: Muhammad Azhar Muslihin, S.E., MM	()

Mengetahui, 14. November 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum
NIP. 197803242006042003



KEMENTERIAN AGAMA RI.
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ringroad I Kota Manado Telp. (0431) 860616 Manado 95128

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

Nomor: B- ~~904~~ /In.25/F.IV/PP.009/11/2022

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum.
 Nip. : 197803242006042003
 Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa:

Nama : Raisa Nuriyah Ramadhani
 Nim. : 1841092
 Prodi. : Ekonomi Syariah

Setelah mengadakan cek plagiasi dengan menggunakan aplikasi **Turnitin**, maka Skripsi Mahasiswa tersebut diatas, dengan judul:

“Efektivitas Relokasi Pasar Bersehati Di Kecamatan Wenang Kota Manado”.

Dinyatakan **bebas plagiasi/**~~plagiasi di atas 25% *~~

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 1 November 2022


 Richard Liman, M.HI
 NIP. 196512311998031008

*coret yang tidak perlu.

ABSTRAK

Nama : Raisa Nuriyah Ramadhani
NIM : 1841092
Pogram Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Efektivitas Program Relokasi Pasar Bersehati Di
Kecamatan Wenang Kota Manado

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif program relokasi Pasar Bersehati di Kecamatan Wenang Kota Manado. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif deskriptif, dan dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, dan juga dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden pedagang Bersehati. Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, guna melihat kecenderungan persepsi responden. Berdasarkan hasil analisis maka diperoleh efektivitas program relokasi pasar di Pasar Bersehati ini dilihat dari efektivitas variabel input sebesar 79,89% (cukup efektif), variabel proses sebesar 71,04% (cukup efektif) dan variabel output sebesar 55,6% (tidak efektif). Berdasarkan variabel input, proses dan output maka efektivitas Pasar Bersehati memperoleh hasil sebesar 68,84% (cukup efektif), hal ini karena relokasi pasar bersehati ini masih terdapat beberapa kekurangan, salah satunya sarana prasarana yang belum memadai dan juga sebagian besar dari pedagang mengalami penurunan pendapat.

Kata Kunci: Efektivitas, Relokasi, Pasar.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah robbil ‘alamin, segala puji hanya milik Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efektivitas Program Relokasi Pasar Bersehati Di Kecamatan Wenang Kota Manado” sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Keluarganya, sahabatnya dan InsyaaAllah, Pancaran rahmatnya dapat sampai kepada kita yang masih senantiasa mengamalkan sunnah-sunnahnya.

Pada kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada Kedua orang tua, Ayahanda Alex K. Usman dan Ibunda Sriwulan Dilapanga yang terkasih dan tersayang, Terima kasih atas segala do’a serta dukungan yang diberikan kepada saya sehingga bisa sampai ditahap ini. Juga membesarkan, mendidik, menjaga dan mengasihi penulis beserta kakak tercinta Rahmat Asirri Usman. Dan pihak-pihak yang telah berjasa dan ikut membantu demi menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Delmus Puneri Salim, M.A., M.Res., Ph.D selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
2. Dr. Ahmad Rajafi, M.HI selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga,
3. Dr. Radlyah H. Jan, S.E., M.Si selaku Wakil Rektor II Bidang AUAK dan,
4. Dr. Musdalifah, M.Psi, selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
5. Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.

6. Dr. Andi Mukarramah Nagauleng M.Pd selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
7. Hi. Ridwan Jamal, S.Ag., M.HI selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
8. Dr. Munir Tubagus, M.Cs selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Dan juga selaku dosen pembimbing I saya yang telah banyak membantu serta memberikan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Sjamsuddin A.K Antuli, S.Ag., M.A selaku ketua Progam Studi Ekonomi Syariah
10. Bapak Muhammad Azhar Muslihin, S.E., MM selaku Pembimbing II yang telah banyak membantu serta memberikan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan
12. Seluruh Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah membantu dalam berbagai pengurusan dan penyelesaian segala administrasi.
13. Kepada PD Pasar yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di Pasar Bersehati. Khususnya kepada Bapak Irving K. Biki, Bapak Onal Pandialang, dan Kak Ika yang telah banyak membantu penulis selama proses penelitian.
14. Kepada Para responden pedagang Pasar Bersehati yang telah meluangkan waktunya dan bersedia memberikan informasi yang penulis butuhkan dalam menyelesaikan tugas akhir.
15. Teman-teman seperjuangan, Fira, Tina, Sela, Inang, Lidia.
16. Teman-teman seperjuangan angkatan 2018 Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah Kelas Ekonomi

Syariah C yang selama ini telah sama-sama berjuang, selalu memberikan dukungan dan telah membantu saya selama kuliah.

17. Semua pihak yang pernah membantu dan berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

18. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.*

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan jasa-jasa yang telah mereka berikan kepada penulis. Pada akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna bagi penulis agar dalam penulisan karya ilmiah selanjutnya akan menghasilkan karya yang lebih baik. Tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terimakasih yang sedalam-dalamnya, dan semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi kita sekalian. Wabillahitaufiq Walhidayah, Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Manado, 20 September 2022



Raisa Nuriyah Ramadhani
NIM. 18.41.092

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tempat yang paling menguntungkan bagi para pelaku bisnis adalah pasar, yang merupakan ruang untuk menjual barang dagangan mereka. Pasar biasanya didirikan berdasarkan kebutuhan lingkungan setempat. Fungsinya untuk melayani masyarakat daerah sekitarnya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.¹ Pasar ialah tempat bagi para penjual dan pembeli untuk bertemu. Para pelaku pasar bisa menjual barang-barang produksinya kepada perusahaan, sebaliknya faktor-faktor produksi atau barang-barang produksi perusahaan dapat pula dijual kepada konsumen lewat pasar. Oleh karena itu maka, pasar merupakan tempat para penjual dan juga para pembeli untuk saling berinteraksi.² Konsep pasar dalam pengertian yang sempit, yaitu tempat para produsen atau penjual dan konsumen atau pembeli berkumpul dan bertemu pada lokasi tertentu. Sedangkan untuk pengertian yang secara luas, pasar ialah mekanisme tempat bertemunya kepentingan para produsen dan konsumen yang merupakan sebagai sumber informasi untuk pelaku ekonomi dan juga mejadi sarana untuk meningkatkan kepuasan baik untuk konsumen juga untuk produsen.³

Pasar memegang peranan penting di tengah masyarakat mengingat di pasar terdapat kebutuhan pokok yang beragam, seperti makanan dan pakaian yang dijual. Sebagian orang mengenal pasar tradisional sebagai salah satu tempat berbelanja untuk memenuhi semua keperluan sehari-hari. Menurut Feinny dan juga Sifrit dalam Stutiari dan Arka, selain juga merupakan tempat bertemunya pembeli dan juga penjual, pasar juga berfungsi sebagai tempat

¹ Dedi Mulyadi, *Pemberdayaan Pasar Tradisional Ditengah Kepungan Pasar Modern* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021).h. 4

² Wilson Bangun, *Teori Ekonomi Mikro* (Bandung: PT Refika Aditama, 2017).h. 97

³ Henry Faizal Noor, *Ekonomi Media* (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2010), h. 116-117

tujuan wisata dikarenakan menunjukkan kearifan lokal terkait produk yang dimilikinya.⁴

Masyarakat secara umum memahami bahwa pasar tradisional adalah lokasi atau tempat bertemunya produsen (penjual) dan konsumen (pembeli) dimana ada tawar-menawar harga suatu barang yang dijual yang biasanya barang keperluan sehari-hari, hasil dari pertanian, juga dari hasil laut. Pasar tradisional adalah pasar yang dalam pelaksanaannya masih bersifat tradisional dimana penjual dan pembeli bisa untuk berinteraksi secara penuh.⁵ Pasar tradisional merupakan sebuah wadah atau tempat untuk mendapatkan berbagai kebutuhan utama bagi mayoritas penduduk setempat. Mereka bisa mendapatkannya dengan harga yang terjangkau bahkan dengan sistem tawar-menawar. Pasar tradisional menjadi indikator nasional pergerakan tingkat kestabilan harga.⁶ Namun saat ini pasar tradisional dihadapkan dengan adanya pasar modern yang semakin marak. Hal ini yang menyebabkan penurunan minat beli di pasar tradisional. dengan penyebabnya adalah masalah di pasar tradisional seperti kondisi bangunan, kebersihan dan tempat pembuangan sampah yang kurang terawat, kurangnya tempat parkir, dan sirkulasi udara yang buruk serta banyaknya pedagang kaki lima yang menjadikan para pedagang yang berjualan di pasar tradisional rugi, dimana harus membayar sewa dan retribusi secara penuh. Dalam Landra, terdapat upaya-upaya upaya agar dapat melindungi keberadaan suatu pasar tradisional yaitu dengan Membuat peraturan yang memperhatikan kepentingan masyarakat lebih khusus masyarakat kecil yang pekerjaannya sebagai pedagang di pasar tradisional. Ancaman keberadaan pasar tradisional sedang dirasakan oleh berbagai pihak khususnya para pedagang pasar, untuk itu diperlukan peran pemerintah untuk bisa menjaga eksistensi pasar tradisional dengan cara mengeluarkan peraturan atau regulasi. Kemudian juga lakukan revitalisasi pasar. Hal ini perlu

⁴ Ni Putu Eka Stutiari, Sudarsan Arka, 'Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Tata Kelola Pasar Di Kabupaten Badung' *E-Jurnal EP Unud*, 8.1 (2019), h. 152.

⁵ Muhammad Ridha Ilhami, 'The Social Values of the Banjar People in Traditional Markets', 4.September (2022), 71–83.

⁶ Mulyadi, h. 10

keseriusan dari pemerintah, dimana revitalisasi ini akan mengubah pasar tradisional yang kotor, bau dan becek menjadi lebih bersih dan juga nyaman. Sehingga bisa menarik minat masyarakat untuk berbelanja keperluannya di pasar tradisional.⁷

Pasar Bersehati ialah salah satu pasar yang ada di kota Manado. Pasar yang juga menjadi pasar terbesar di Manado. Pasar bersehati ini menjadi pasar tradisional terbesar di kota Manado, baik dari jumlah pedagang, los, kios maupun jumlah pembeli. Barang yang dijual pun sama seperti pasar pada umumnya yaitu ikan, daging, sayur, buah, rempah-rempah, sembako, dan lain sebagainya. Di pasar ini juga ada makanan, warung kopi dan juga menjual makanan khas dari Kota Manado seperti Tinutuan, Mie Cakalang, dan aneka jenis makanan lainnya. Selain itu juga menjual baju-baju, aksesoris, tas, sepatu dan peralatan lainnya yang diperlukan masyarakat dengan golongan ekonomi ke bawah. Para pembeli di pasar ini terdiri atas dua yaitu, pembeli yang berbelanja untuk keperluan sehari-hari, dan pembeli yang berbelanja dengan sejumlah komoditi untuk diolah dan dijual kembali. Pasar Bersehati tidak hanya menjadi pusat perdagangan bagi masyarakat di Kota Manado, melainkan juga menjadi tempat masyarakat dari daerah-daerah lain yang ada di provinsi Sulawesi Utara untuk dapat meningkatkan kehidupan ekonomi mereka.⁸

Namun pasar bersehati juga sama seperti pasar tradisional pada umumnya dimana memiliki permasalahan yang sama yaitu kotor, becek, bau dan semrawut. Pasar yang sudah sejak tahun 1988 ini juga sudah lapuk, gedungnya sudah tak layak pakai karena sudah tua. Maka berdasarkan permasalahan tersebut pemerintah membuat kebijakan revitalisasi pasar bersehati pada awal tahun 2022, dan selama pasar bersehati di revitalisasi, pedagang pasar bersehati di relokasi untuk sementara ke sekitar pasar bersehati yaitu di pelabuhan kalimas hingga ke badan jalan.

Pengamatan penulis di tempat relokasi pedagang pasar bersehati ini masih belum tertata dengan baik, kebersihan tidak terjaga, dimana sampah

⁷ Nengah Landra, 'Empowerment Of The Tembuku District Village Traditional Market In Bangli', *International Journal of Applied Science and Sustainable Development*, 1.1 (2019), 29–37.

⁸ Muhammad Irham, 'Pasar Bersehati, Pasar Tradisional Terbesar Di Kota Manado'.

yang menumpuk yang menimbulkan bau tidak enak, masih banyak kendaraan yang parkir sembarangan di depan puskesmas hingga menghalangi pasien untuk berobat juga akses jalan untuk ambulans dan kendaraan roda empat masih kesulitan melalui jalanan, dimana jalan jadi sempit dikarenakan lapak para pedagang. Berdasarkan wawancara pendahuluan dengan beberapa pedagang, salah satunya dengan ibu Rusmin, penjual sembako. Beliau mengeluhkan terjadinya penurunan pendapatan, dimana sebelumnya pendapatannya bisa mencapai 5 sampai 6 juta rupiah sedangkan sekarang hanya sekitar 500 sampai 700 ribu rupiah karena sepi pembeli. Hal ini juga dirasakan ibu Samsia, pedagang sayur yang pendapatannya juga menurun dan hanya bisa untuk modal dan makan tanpa ada sisa untuk lainnya. Sedangkan ibu since merasakan yang sebaliknya, dimana pendapatannya naik. Berdasarkan pengamatan penulis, hal ini disebabkan oleh lokasi berdagang, jadi pedagang yang berlokasi dekat pintu masuk pasar atau di jalan utama pendapatannya naik karena mudah dijangkau oleh pembeli, sedangkan pedagang yang berlokasi didalam pasar pendapatannya menurun karena sepi pembeli, sampai ada sebagian pedagang hingga menutup kiosnya.

Seharusnya suatu relokasi pasar bisa membawa pengaruh atau perubahan terhadap sasaran program dan juga tujuan dari relokasi pasar ialah untuk mengembangkan usaha para pedagang, meningkatkan kesejahteraan pedagang, dan penataan kembali untuk kenyamanan, keamanan pada saat berbelanja di pasar. Efektivitas suatu program relokasi pasar tradisional ini akan tercapai jika adanya dukungan dari semua pihak khususnya petugas pasar juga para pedagang. Maka dari itu, berawal dari permasalahan diatas penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian terkait kebijakan program relokasi pasar oleh pemerintah dengan judul “Efektivitas Relokasi Pasar Bersehati Kecamatan Wenang Kota Manado”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Pasar bersehati sudah tidak representatif, dilihat dari kebersihan, kenyamanan, dan keamanan,
2. Pemerintah kota Manado merevitalisasi dan merelokasi pasar bersehati.
3. Relokasi masih belum tertata dengan baik, kebersihan belum terjaga, parkir tidak teratur, juga akses jalan yang masih sulit.
4. Sebagian besar pedagang mengeluhkan terjadi penurunan pendapatan

C. Batasan Masalah

Karena ketebatasan peneliti dari segi kemampuan dan waktu. Maka peneliti membatasi penelitian agar menjadi terarah dan juga tidak meluas, maka penelitian ini hanya fokus pada masalah terkait efektivitas relokasi pedagang pasar Bersehati,

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah pokok yaitu seberapa efektif program relokasi pasar Bersehati?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjawab rumusan masalah tersebut yaitu untuk bisa dapat mengetahui seberapa efektif program relokasi pasar Bersehati

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Kegunaan Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dan menjadi sumber informasi terkait efektivitas relokasi pasar.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi Peneliti, diharapkan dapat berguna sebagai landasan dan sarana pengaplikasian ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan serta

memberikan peningkatan pengetahuan dan pengembangan wawasan dari ilmu yang diperoleh.

- b. Bagi Institusi, diharapkan dapat berguna sebagai referensi dan masukan untuk para peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.
- c. Bagi pemerintah, diharapkan dapat menjadi evaluasi ketika merumuskan kebijakan atau peraturan yang berhubungan dengan relokasi pasar tradisional.
- d. Masyarakat, diharapkan bisa menjadi sarana informasi dan pemahaman terkait efektivitas relokasi pasar dan kemudian dampaknya terhadap para pedagang.

G. Definisi Operasional

1. Efektivitas merupakan kesesuaian antar output dan tujuan. Tingkat efektivitas untuk mengukur kemampuan dari pemerintah dalam merealisasikan program kemudian bandingannya dengan target. Variabel-variabel atau indikator yang ada. Variabel efektivitas yaitu:
 - a. Variabel Input
 - 1) Tingkat ketepatan sasaran program, yaitu pendapat responden mengenai tepat atau tidak sebuah program relokasi pasar yang dilakukan pemerintah kota Manado.
 - 2) Sosialisasi program, yaitu pendapat responden tentang sosialisasi program yang dilaksanakan oleh pemerintah dalam memberikan pemahaman bagi para pedagang.
 - 3) Tujuan program, yaitu persepsi responden diukur dengan melihat banyaknya responden yang tahu tujuan dari program relokasi.
 - b. Variabel Proses
 - 1) Kecepatan respon petugas, yaitu pendapat responden terhadap respon petugas terhadap berbagai keluhan dari para pedagang pasar Bersehati apakah cepat atau sebaliknya.
 - 2) Monitoring, yaitu pendapat responden tentang pemantauan langsung maupun tidak langsung oleh petugas

- c. Variabel Output, yaitu pendapat responden tentang peningkatan pendapatan para pedagang setelah program relokasi dilaksanakan, dan juga terkait sarana prasarana yang ada.

H. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Indah Hikmah Sari (2021)	Analisis pendapatan pedagang sayuran sebelum dan sesudah relokasi pasar tradisional Angso Duo Kecamatan Pasar Kota Jambi	Hasil penelitian ini yaitu pendapatan pedagang sayuran pasar Angso Duo sebelum adanya relokasi pasar pendapatan masih normal dan mencapai target penjualan meskipun banyak pesaing antara pedagang lainnya. Namun pada saat terjadinya relokasi pasar Angso Duo mengalami penurunan yang cukup signifikan. Rata-rata	Persamaannya dengan penelitian ini ialah sama sama meneliti terkait relokasi pasar, melihat pendapat responden terkait relokasi pasar	Dalam penelitian ini perbedaannya selain lokasi atau tempat penelitian yang berbeda juga pada penelitian terdahulu terletak pada variabelnya yaitu penelitian terdahulu meneliti tentang dampak dari relokasi pasar sedangkan penelitian ini meneliti terkait efektifitas dari program relokasi pasar. Juga memiliki perbedaan pada metode

			<p>penurunan pendapatan pedagang sayuran setelah relokasi pasar sebesar 46,50% dan Faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang sayuran setelah relokasi yaitu biaya sewa, lokasi yang jauh dari jalan utama, biaya parkir yang diadakan dua kali membuat konsumen enggan mengunjungi pasar Angso Duo yang baru, banyak pedagang kecil yang menjual dirumahan dan di pinggir jalan membuat pengunjung dan</p>		<p>penelitian dimana penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif</p>
--	--	--	---	--	---

			<p>pelanggan lainya memilih membeli yang lebih dekat dan tempatnya yang lebih terjangkau dan tidak ada lagi rumah makan,perusahaan dan PT mengambil stok di pasar Angso Duo yang baru. Juga adanya pandemi COVID-19 membuat pendapatan pedagang sayuran juga mengalami penurunan</p>		
2.	Ni Made Dian Utari, I Ketut Sudiana (2017)	Efektivitas relokasi pasar dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang pasar Badung	Hasil dari penelitian ini diperoleh terjadi tingkat keberhasilan relokasi Pasar Badung dilihat dari variabel input, variabel	Persamaannya dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama meneliti tentang efektivitas dari relokasi pasar	Perbedaannya terletak pada lokus atau lokasi penelitian dimana penelitian sebelumnya lokasi

			<p>proses, dan variabel output di Supermarket Eks Tiara Grosir Tingkat efektivitas relokasi pasar Badung adalah sebesar 64,74 persen, dikategorikan cukup efektif karena berada pada interval kurang dari 79,99 persen. Dan Pendapatan pedagang pasar menurun setelah relokasi pasar dilakukan</p>	<p>dan juga sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif</p>	<p>penelitiannya di pasar Badung, kota Denpasar, sedangkan penelitian ini berlokasi di pasar Bersehati, Kota Manado. dan juga penelitian yang penulis teliti hanya fokus meneliti tentang efektivitas relokasi pasar saja. sedangkan penelitian terdahulu ini juga meneliti terkait dampak dari relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang.</p>
3.	Khusnul Khatimah (2016)	Dampak realokasi pasar terhadap pendapatan pedagang muslim di	Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah adanya relokasi pasar, pendapatan para pedagang yang	Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu ini yaitu sama-	Pebedaannya yaitu, penelitian terdahulu meneliti tentang dampak dari relokasi pasar

		<p>pasar Tanete Kecamatan Bulukumpa Kabupaten Bulukumpa dalam perspektif ekonomi Islam</p>	<p>berjualan di Pasar Tanete itu meningkat karena tempatnya yang strategis dan mudah dijangkau oleh pembeli, para pedagang juga masih memiliki kesadaran dengan mengeluarkan zakat dan bersedekah dengan pendapatan yang diterimanya , adapun pemahaman mereka tentang berdagang dalam islam yaitu dalam berdagang kita harus jujur , tidak menjual barang yang tidak layak digunakan dan dalam</p>	<p>sama meneliti tentang relokasi pasar</p>	<p>dan juga melihat dalam perspektif ekonomi sedangkan penelitian ini hanya meneliti terkait efektivitas dari program relokasi tersebut, dan juga pada penelitian sebelumnya informan penelitiannya hanya fokus pada pedagang muslim sedangkan penelitian ini mencakup umum.</p>
--	--	--	---	---	--

			menimbang atau menakar barang harus jujur dan tidak boleh saling merugikan)		
4.	Diyah Ayu Ariska (2020)	Analisis dampak relokasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang di pasar Mejayan Baru Kabupaten Madiun	Pada penelitian ini relokasi pasar Tradisional Pasar Mejayan baru Kabupaten Madiun menimbulkan beberapa dampak baik positif maupun dampak negatif. Sedangkan dampak negatif yang muncul yaitu menurunnya pendapatan pedagang hingga 50% karena kondisi lokasi pedagang yang kurang strategis sehingga sepi pembeli.	Persamaannya dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama meneliti tentang relokasi pasar	Dalam penelitian ini perbedaannya selain lokasi atau tempat penelitian yang berbeda juga pada penelitian terdahulu meneliti tentang analisis dampak dari relokasi pasar sedangkan penelitian ini meneliti terkait efektifitas dari program relokasi tersebut

			<p>Menurunnya kelayakan dan kenyamanan usaha dilihat dari lokasi yang tidak strategis sehingga membuat pasar menjadi sepi. Dan juga hal ini disebabkan jarak tempuh ke pasar jauh, sehingga membutuhkan biaya transportasi”</p>		
	Anditya (2016)	<p>Efektivitas dan dampak program relokasi pasar tradisional Delitua Kabupaten Deliserdang terhadap tingkat pendapatan para pedagang</p>	<p>Pada penelitian ini hasil menunjukkan bahwa tingkat efektivitas program relokasi pasar tradisional berjalan secara tidak efektif yaitu sebesar 50,20%. Program ini berdampak negatif dan signifikan</p>	<p>Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini selain sama-sama meneliti tentang efektivitas relokasi pasar. Dan juga sama-sama memiliki jenis penelitian kuantitatif</p>	<p>Perbedaannya ialah lokus atau lokasi penelitian dimana penelitian sebelumnya lokasi penelitiannya di Kabupaten Deliserdang sumatersa utara sedangkan penelitian ini di pasar Bersehati</p>

			terhadap tingkat pendapatan para pedagang di pasar Tradisional-Modern Deli Old Town.		kota Manado Sulawesi utara. Dan penelitian terdahulu ini juga meneliti terkait dampak dari relokasi, sedangkan penelitian yang penulis lakukan hanya fokus pada efektivitasnya saja.
--	--	--	--	--	--

Sumber: olahan mandiri (2021)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pasar

1. Pengertian Pasar

Pasar dalam bahasa latin berasal dari kata (*mercatus*), yang berarti berdagang atau tempat berdagang. Ada 3 arti yaitu, yang pertama, pasar secara fisik; yang kedua, tempat mengumpulkan; dan ketiga, sebuah ketentuan yang legal atau hak tentang pertemuandi suatu tempat perbelanjaan. Menurut Clifford Geertz dalam Damsar, pengertian pasar sebagai kata serapan dari (*bazar*), dari bahasa Arab berrati cara hidup, atau gaya umum dari kegiatan brekonomi masyarakat , dan suatu dunia sosial budaya yang lengkap dengan sendirinyar.⁹ Pasar biasanya didirikan berdasarkan kebutuhan daerah setempat, dengan fungsi untuk melayani masyarakat daerah sekitarnya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.¹⁰

Konsep pasar dalam pengertian yang sempit, yaitu tempat para produsen atau penjual dan kosumen atau pembeli berkumpul dan bertemu pada lokasi tertentu. Sedangkan untuk pengertian yang secara luas, pasar ialah mekanisme tempat bertemunya kepentingan para produsen dan konsumen yang merupakan sebagai sumber informasi untuk pelaku ekonomi dan juga mejadi sarana untuk meningkatkan kepuasan baik untuk konsumen juga untuk produsen.¹¹

Pasar dalam teori ekonomi, ialah institusi yang pada umumnya tidak berwujud fisik, yang mempertemukan produsen dan konsumen.¹² Dalam Sutami pasar dijelaskan sebagai kumpulan para pembeli juga penjual

⁹ Indrayani Damsar, *Pengantar Sosiologi Pasar*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2018), h. 9-10.

¹⁰ Mulyadi, h.4

¹¹ Henry Faizal Noor, *Ekonomi Media* (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2010), h. 116-117

¹²Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), h. 22

yang saling saling tarik-menarik, dan berinteraksi yang kemudian menciptakan harga barang di pasar.¹³ Para pelaku pasar dapat menjual faktor-faktor produksinya kepada perusahaan, sebaliknya faktor-faktor produksi perusahaan dapat dijual kepada konsumen melalui pasar. Dengan demikian pasar merupakan tempat berinteraksinya para pembeli juga para penjual.¹⁴

Pasar dalam kehidupan masyarakat memegang peranan yang penting, salah satunya peranan ekonomi, dimana selalu terjadi perputaran uang dan barang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari antara penjual dan pembeli, tanpa adanya pembeli maka penjual tidak akan mendapatkan pendapatan. Dalam Islam, jual beli di halalkan sebagaimana firman Allah Swt. Di dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat ke-275, yang berbunyi:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Terjemahnya :

“Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba’.”¹⁵

Dalam tafsir Kementerian Agama RI, menjelaskan Orang-orang yang memakan riba yaitu melakukan transaksi riba dengan mengambil atau menerima kelebihan di atas modal dari orang yang butuh dengan mengeksploitasi atau memanfaatkan kebutuhannya. Mereka hidup dalam kegelisahan; tidak tenteram jiwanya, selalu bingung, dan berada dalam ketidakpastian, karena hati juga pikiran mereka hanya tertuju pada materi dan tambahannya. Itu yang akan mereka alami di dunia, sedangkan di akhirat mereka akan dibangkitkan dari kubur dalam keadaan sempoyongan, tidak tahu arah yang akan mereka tuju dan akan mendapat azab yang pedih. Yang demikian itu karena mereka berkata

¹³ Wahyu Dwi Sutami, ‘Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional’, *Jurnal Biokultur*, 1.2 (2012), h. 128

¹⁴ Bangun, h. 97

¹⁵ Qur'an Kemenag, ‘Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an’, *Kementrian Agama RI*.”

dengan bodohnya bahwa jual beli sama dengan riba dengan logika bahwa keduanya sama-sama menghasilkan keuntungan. Mereka beranggapan seper-ti itu, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Substansi keduanya berbeda, sebab jual beli menguntungkan kedua belah pihak (pembeli dan penjual), sedangkan riba sangat merugikan salah satu pihak.¹⁶

Dalam kehidupan sehari-hari, kita sebagai masyarakat tidak bisa lepas dari kegiatan transaksi jual beli untuk kehidupan sehari-hari, kebutuhan manusia yang sangat beragam dan bahkan sangat banyak membuat manusia tidak bisa memenuhi kebutuhan diri sendiri, manusia membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya, namun dengan tetap berdasarkan kesepakatan bersama sehingga tidak merugikan satu dengan lainnya, misalnya ketika seseorang membutuhkan sesuatu atau barang, namun ia tidak bisa menemukan barang tersebut maka seseorang tersebut membutuhkan perantara dari orang lain dengan melalui proses kesepakatan bersama, dan hal ini biasanya terjadi di pasar. Hal ini membuat pasar sangat penting untuk terjadinya transaksi jual beli sehingga kebutuhan manusia yang lain terpenuhi.

2. Syarat-syarat terbentuknya pasar:
 - a. Adanya penjual dan pembeli
 - b. Adanya barang (produk) atau jasa yang di perjualbelikan
 - c. Adanya kesepakatan antara produsen (penjual) dan konsumen (pembeli) atau tawar menawar antara penjual dan pembeli
3. Fungsi yang mendasar pada keberadaan pasar :
 - a. Fungsi pembentukan nilai harga, maksudnya yaitu pasar berfungsi untuk membentuk harga karena menjadi tempat bertemunya pembeli juga penjual yang saling tawar-menawar dan akhirnya membuat kesepakatan suatu harga.

¹⁶ Tafsir Web, 'Surah Al-Baqarah Ayat 275'.

- b. Fungsi pendistribusian, maksudnya pasar mempermudah para produsen untuk mendistribusikan barang. Pendistribusian barang ini akan berjalan lancar jika pasar berfungsi dengan baik.
 - c. Fungsi Promosi maksudnya yaitu, Pasar menjadi tempat untuk memperkenalkan atau mempromosikan produk produknya kepada pembeli. Karena pasar dapat didatangi banyak orang, meskipun tidak diundang.¹⁷
4. Macam-macam pasar :

a. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah apa yang para ekonom anggap sebagai struktur pasar yang paling ideal karena menciptakan efisiensi yang sangat tinggi dalam produksi barang atau jasa. Namun, dalam praktiknya jenis pasar ini belum pernah ditemukan. Faktanya, hanya sedikit pasar yang dicirikan oleh persaingan yang hampir sempurna. Misalnya, tidak ada satu pun karakteristik yang benar-benar sempurna, tidak ada pasar untuk homogenitas yang lengkap, ada pasar untuk berbagai jenis beras berdasarkan kualitas. Dan jumlahnya tidak sama. Contoh lain, tidak ada intervensi pemerintah, tetapi sebenarnya pemerintah memiliki peran mengatur perekonomian.

Adapun Ciri-ciri Pasar Persaingan Sempurna Pasar persaingan sempurna mempunyai ciri-ciri sebagaimana berikut:

- 1) Setiap perusahaan adalah *price taker*, artinya perusahaan di pasar tidak dapat menentukan atau mengubah harga pasar. Perusahaan di pasar ini tidak memberikan perubahan harga pasar yang berlaku
- 2) Setiap perusahaan mudah untuk keluar atau masuk, yaitu jika perusahaan merugi dan ingin keluar dari industri, langkah ini mudah dilakukan. Sebaliknya jika ada produsen yang ingin

¹⁷ Dwifany Yodina Putri, 'Pengaruh Relokasi Pasar Terhadap Sosial Dan Ekonomi Pedagang Di Pasar Atas Bukittinggi', *Jom Fisip*, 5.1 (2018), h. 3

melakukan kegiatan industri tersebut. Para produsen ini dapat dengan mudah melakukan kegiatan tersebut.

- 3) Setiap perusahaan memproduksi barang yang sama, artinya barang yang diproduksi oleh perusahaan yang berbeda tidak mudah dibedakan. Pembeli tidak dapat membedakan antara produk yang diproduksi atau diproduksi oleh produsen A atau B.
- 4) Ada banyak perusahaan di pasar, yang berarti jumlah perusahaan sangat besar dan relatif kecil dibandingkan dengan volume produksi industri. Menyebabkan harga naik atau turun dan sama sekali tidak mempengaruhi harga di pasar.
- 5) Pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keadaan di pasar, Menunjukkan bahwa pembeli memahami tingkat harga saat ini dan perubahan harga tersebut¹⁸

Pasar persaingan sempurna juga punya kelebihan dan kelemahan antara lain:

- 1) Kelebihan pasar persaingan sempurna ada kelebihan yang ada di dalam pasar persaingan sempurna, dalam hal ini kita bisa mengelompokkannya ke dalam tiga hal pokok antara lain adalah sebagai berikut:
 - a) Tidak ada kekuasaan di dalamnya. Hampir dari semua barang yang diperjual belikan dalam pasar ini sama. sehingga tidak ada penjual yang mempunyai kekuasaan di dalam pasar. Dan juga tidak akan terjadi persaingan yang murni, karena barang yang di jual belikan sudah sama, harga yang jual tersebut juga cenderung stabil. Karena keadaan pasar bisa dengan mudah diketahui sebelumnya. Pembeli maupun penjual di pasar tersebut akan sangat mudah untuk menentukan ataupun membuat pilihan tentang barang yang akan diperjual belikan nanti.

¹⁸ Dede Andi Dwika Lodia Putri, Aris Ariyanto, *Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro* (Nagari Koto Baru: CV INSAN CENDEKIA MANDIRI, 2021), h. 157-158

- b) Biaya promosi iklan kecil. Di pasar ini seorang penjual dapat memperkecil biaya promosi iklan. Hal ini dikarenakan pbarang yang dihasilkan sama dan juga memiliki kualitas yang sama pula. Sehingga akhirnya pembeli tidak sudah untuk membedakan barang yang dihasilkan penjual A, B atau yang lain.
 - c) Informasi tentang pasar suda sangat lengkap dan jelas, baik pihak penjual juga pembeli sudah memiliki informasi yang jelas mengenai pasar. Oleh karena itu sangat kecil kemungkinan bagi seorang pembeli rugi atau kecewa, karena mereka sudah mengetahui terlebih dahulu tentang harga pasar yang berlaku saat itu. Semua peraturann yang ada juga biasanya berlaku secara umum dan diikuti oleh para penjuall juga pemebeli di pasar ketika transaksi jual beli berlangsung.
- 2) Pasar persaingan sempurna juga memiliki kekurangan atau kelemahan didalamnya. Anantara lain sebagai berikut :
- a) Tidak ada variasi produk yang diperjual belikan di dalam pasar persaingan sempurna. Dan hanya membatasi pilihan seseorang pemebli dalam membeli produk atau barang dikarenakan harga cocok dan barang yang dijual di pasar ini relatif sama. Dan juga dari sisi prenjual sendiri akan menumbulkan konflik, dikarenakan kesenjangan pendapatan yang diterima oleh produsen tersebut disebabkan distribusi pendapatan yang tidak merata diantara produsen.
 - b) Minimnya inovasi dalam pasar ini tidak ada dorongan utnuk melakukan sebuah inovasi. Hal ini dikarenakan barang yang dijual sama.
 - c) Efisiensi di dalam pasar ini sangat tinggi. Adanya efisiensi yang sangat tinggi pada pasar juga tidak baik. Hal ini menyebabkan kondisi sosial di pasar menjadi buruk. Karena

itu adakalanya didalam suatu pasaar persaingan sempurna dapat menimbulkan tanggungan biaya sosial.¹⁹

b. Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna ialah pasar dengan jumlah produsen dan konsumen yang tidak seimbang, adapun bentuk-bentuk pasar persaingan tidak sempurna yaitu anatara alain:

1) Monopoli

Dalam aktivitas sehari-hari kita sering temenemukan bentuk pasar monopoli, yaitu pasar yang hanya ada satu penjual produk (barang), dan barang atau produk tersebut tidak ada penggantinya. Dalam pengambilan keputusan di pasar ini, berbeda dengan pasar persaingan sempurna. Pemahaman tentang perilaku monopoli ini penting untuk mengendalikan perekonomian yang sesuai dengan keinginan masyarakat bagi para pengambil kebijakan.

Adapun ciri-ciri dari pasar monopoli ini ialah sebagai berikut:

- a) Hanya ada satu penjual di pasar. Artinya barang atau jasa yang dihasilkan tidak dapat dibeli dari tempat lain. Pembeli tidak punya pilihan, jika menginginkan barang, pembeli harus membeli dari perusahaan. Pembeli tidak berdaya dalam menentukan syarat penjualan.
- b) Tidak ada substitusi untuk jenis barang yang diproduksi. Artinya barang yang diperdagangkan di pasar monopoli tidak dapat digantikan oleh barang lain.
- c) Adanya hambatan masuknya perusahaan baru ke dalam pasar monopoli. Artinya, keuntungan yang diperoleh perusahaan monopoli tidak mendorong perusahaan lain untuk ikut serta dalam industri tersebut, karena banyak hambatan yang kuat. Fitur ini menjadi alasan utama monopoli perusahaan, karena

¹⁹ Syafaatul Hidayati, *Teori Ekonomi Mikro* (Pamulang: UNPAM PRESS, 2019), h. 123-124

tidak ada hambatan besar, perusahaan lain akan berpartisipasi dalam industri.

- d) Penjual tunggal tidak terpengaruh, juga tidak mempengaruhi harga dan volume produk lain yang dijual dalam perekonomian. Hal ini karena perusahaan di pasar adalah satu-satunya perusahaan di pasar. Jadi harga sepenuhnya terserah penjual.

Namun, sulit untuk menemukan bahwa dalam ekonomi yang saling bergantung, siapa pun dapat menjual produk tanpa substitusi. Dan tentu saja, meskipun bentuknya tidak mirip, ada kemungkinan besar akan ada alternatif.

Adapun penyebab monopoli, yaitu penguasaan sumber daya, hanya sedikit perusahaan yang memiliki sumber daya yang tidak tergantikan. Monopoli terjadi karena pemerintah memberikan kekuasaan eksekutif kepada individu atau perusahaan untuk menjual barang atau jasa. Monopoli juga sering muncul karena pengaruh politik dari pelaku monopoli potensial. Penjual tunggal ini tidak dipengaruhi dan tidak mempengaruhi harga serta output dari produk-produk lain yang dijual dalam perekonomian. Hal ini dikarenakan perusahaan yang ada di dalam pasar hanya merupakan satu-satunya yang ada di pasar tersebut. Sehingga harga ditentukan secara penuh oleh penjual.²⁰

Adapun ciri-ciri dari pasar oligopolistik ini ialah antara lain:

- a) Jumlah perusahaan sangat kecil. Pasar oligopolistik hanya terdiri dari beberapa perusahaan. Struktur oligopoli condong ke beberapa perusahaan besar yang menguasai sebagian besar pasar, di samping beberapa perusahaan kecil. Pasar oligopolistik di sini bersifat khusus, yaitu saling mempengaruhi.

²⁰ Hidayati, h. 132

- b) Barang-barang yang dihasilkan adalah barang standar atau jenis barang yang berbeda. Di pasar oligopolistik, ia menghasilkan barang standar pasar yang serupa dengan industri yang memproduksi bahan baku seperti baja dan aluminium, dan bahan baku seperti semen dan bahan bangunan.
- c) Kekuatan untuk menentukan harga terkadang lemah dan terkadang kuat. Akan tetapi jika perusahaan dalam pasar oligopoli ini bekerja sama dalam menentukan harga, maka harga bisa stabil pada tingkat yang dikehendaki.
- d) Hambatan untuk masuk ke industri cukup besar. Hambatan yang cukup kuat bagi perusahaan baru untuk memasuki pasar oligopoli yaitu paten dan dana perusahaan terlalu besar, dan umumnya perusahaan oligopoli membutuhkan iklan. Oligopoli yang menghasilkan gaya barang yang berbeda membutuhkan iklan yang konstan. Kampanye iklan yang sangat aktif ini memiliki dua tujuan: menarik pembeli baru dan mempertahankan pembeli lama.

Faktor yang menyebabkan terbentuknya pasar oligopolistik adalah efisiensi pada skala, dan efisiensi atau biaya rata-rata minimum hanya dapat dicapai dengan produksi massal. Ini juga menjadi penghalang bagi perusahaan lain untuk memasuki pasar. Jadi tidak heran jika hanya ada beberapa produsen di pasar oligopolistik.

Selain kerumitannya, perusahaan harus cermat dan teliti menghitung keputusannya agar tidak memancing reaksi negatif dari pesaing di kemudian hari. Hal ini terjadi karena kemampuan finansial saja tidak cukup untuk bertahan di pasar sebagai modal utama. Yang dibutuhkan adalah perusahaan harus memiliki kemampuan manajemen yang baik. Dengan cara ini, perusahaan dapat bertahan di pasar yang kompetitif dan kompleks. Namun,

tidak banyak perusahaan dengan kemampuan manajemen, itulah sebabnya tidak banyak perusahaan yang dapat bertahan di pasar ini.²¹ Pasar oligopoli juga memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan pasar ini antara lain:

- a) Para pembeli dalam pasar bebas untuk memilih barang di dalam pasar ini.
- b) Di pasar oligopoly bisa melakukan penelitian, juga dalam pasar ini ada pengembangan hasil produk.
- c) Pasar ini juga sangat memerhatikan kepuasan konsumen dikarenakan adanya persaingan antar penjual yang berjualan di pasar ini.
- d) Adanya penerapan teknologi yang baru di dalam pasar ini.

Sedangkan, untuk kekurangan dari pasar oligopoli ini antara lain adalah sebagai berikut:

- a) Menciptakan ketimpangan pada pedistribusian pendapatan antar satu penjual dengan penjual yang lain.
- b) Mendorong munculnya inflasi ketika harga stabil, terlalu tinggi.
- c) Menimbulkan pemborosan biaya produksi apabila ketika ada kerjasama antara para produsen di pasar ini karena kurangnya semangat untuk bersaing dari mereka.
- d) Menimbulkan eksploitasi terhadap konsumen dan juga produsen.
- e) Susah untuk dimasuki oleh perusahaan-perusahaan yang baru muncul dalam pasar ini.
- f) Pasar ini juga justru pada akhirnya bisa berkembang menjadi monopoli.

2) Pasar Persaingan Monopolistik

Persaingan monopolistik terjadi ketika ada banyak produsen di suatu pasar, akan tetapi ada unsur-unsur diferensiasi produk

²¹ Hidayati, h. 141-142

(perbedaan merek, kemasan, dll), termasuk apa yang dihasilkan masing-masing produsen. Adapun ciri-ciri dari pasar monopolistik ini ialah antara lain, yaitu:

- a) Pemasukan kedalam industri relatif muda. Perusahaan yang akan masuk dan menjalankan usaha di dalam pasar persaingan monopolistik tidak akan banyak mengalami kesulitan, hambatan yang dihadapi tidaklah seberat seperti di dalam oligopoli dan monopoli.²²

Pasar persaingan monopolistik juga memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan pasar ini antara lain ialah:

- a) Ada banyak pembuat pasar dan ukuran pasar persaingan monopolistik relatif sama, yang mengarah pada situasi di mana output satu perusahaan relatif kecil dibandingkan dengan total output perusahaan di pasar.
- b) Produksi barang sifatnya berbeda, produksi perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik sifatnya berbeda, sehingga secara fisik mudah untuk membedakan produksi satu perusahaan dengan produksi perusahaan lain.
- c) Perusahaan memiliki sedikit kekuatan untuk menentukan dan mempengaruhi harga. Perusahaan persaingan monopolistik dapat mempengaruhi harga, yang berasal dari sifat produk yang mereka hasilkan, yang bervariasi dalam gaya. Perbedaan ini menyebabkan pembeli menjadi selektif, lebih memilih produksi suatu perusahaan untuk menaikkan harga barangnya, yang tetap dapat menarik pembeli meskipun jumlah pembeli tidak sebanyak sebelum harga naik.
- d) Memberikan manfaat bagi konsumen, karena di pasar terdapat banyak produsen, mereka bebas memilih apa yang menurut konsumen terbaik.

²² Putri, Ariyanto, and Andi, h. 169–170.

- e) Adanya kebebasan produsen untuk keluar masuk pasar dapat mendorong produsen untuk berinovasi dalam produksi produknya.
- f) Adanya diferensiasi produk membuat mereka selalu selektif memilih dan memutuskan produk mana yang akan mereka beli nantinya.
- g) Keberadaan pasar ini sangat relatif terhadap konsumen.
- Sedangkan kurangan pasar persaingan monopolistic antara lain ialah:
- a) Pasar ini sangat kompetitif. Hal ini dapat dilihat dari harga, kualitas produk dan pelayanan. Jadi jika seseorang tidak memiliki cukup dana dan pengalaman. Sehingga nantinya produsen bisa cepat keluar pasar.
- b) Pasar ini memang membutuhkan banyak modal. Pasar ini sangat membutuhkan biaya yang cukup besar.
- c) Adanya pasar ini sangat mendorong perusahaan yang ada di dalam pasar untuk melakukan inovasi. Hal ini akan berakibat pada biaya produksi naik dan secara otomatis harga akan naik pula.²³

Adapun ciri-ciri berbagai pasar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1
Ciri-ciri Berbagai Pasar

Ciri-ciri Pasar	Bentuk Pasar			
	Persaingan Sempurna	Persaingan Monopoli	Oligopoli	Monopolistik
Jumlah Perusahaan	Sangat Banyak	Satu	Sedikit	Banyak
Jenis Produksi	Barang standar/ <i>inde</i>	Unik, tidak ada	Barang standar,	Barang berbeda

²³ Hidayati, h. 156

	<i>ntical</i>	pengganti ya	beda coraknya	corak
Kekuatan Menentukan	Tidak ada	Sangat besar	Tidak ada kerja sama sedikit, dan kerja sama banyak	sedikit
Kemungkin an masuk/kelua r	Sangat muda	Tidak mungkin	Hambatan yang cukup tangguh dan kuat	Cukup mudah
Persaingan di luar harga	Tidak ada hambatan	Iklan terutama bertujuan untuk memelihara hubungan	Sangat besar apabila menghasil kan barang berbeda corak.	Sangat besar dibandingk an iklan
Contoh	Tidak ada kegiatan pertanian	Kereta api, telpon, pos, dan perusahaan utility	Perusahaan baju, mobil, alat-alat listrik	Perusahaan pakaian, sepatu, alat rumah tangga.

Sumber: Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro (2021)²⁴

5. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang dikelola secara modern, dan biasanya terdapat di perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan kualitas dan pelayanan yang baik kepada konsumen (biasanya kalangan menengah ke atas). Pasar modern antara lain *mall*, *super market*,

²⁴ Putri, Ariyanto, And Andi. H. 184-185

department store, shopping center, franchise store, mini market, supermarket, department store, convenience store, dll. Ada berbagai macam barang yang dijual. Selain menawarkan barang lokal, Hyundai Market juga menawarkan barang impor.

Komoditas yang dijual di pasar modern relatif lebih terjamin kualitasnya karena dilakukan *pre-screening* atau seleksi yang ketat, komoditas yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Dari segi kuantitas, pasar modern umumnya memiliki stok barang dengan harga yang terukur di gudang, dan pasar modern memiliki label harga yang jelas (harga tercantum sebelum dan sesudah pajak).²⁵

6. Pasar Tradisional

Masyarakat secara umum memahami bahwa pasar tradisional adalah lokasi atau tempat bertemunya produsen (penjual) dan konsumen (pembeli) dimana ada tawar-menawar harga suatu barang yang dijual yang biasanya barang keperluan sehari-hari, hasil dari pertanian, juga dari hasil laut. Pasar tradisional adalah pasar yang dalam pelaksanaannya masih bersifat tradisional dimana penjual dan pembeli bisa untuk berinteraksi secara penuh.²⁶ Pasar tradisional ialah tempat para juga penjuall berkumpul dan juga tempat bertransaksi jual dan beli barang atau jasa dengan cara tawar-menwar untuk mencapai kesepakatan harga. Berbeda dengan pasar modern yang pada umumnya berada di kawasan perkotaan, untuk pasar tradisional pada umumnya berada di kawasan pedesaan agar bisa memenuhi kebutuhan masyarakat yang tinggal dekat dengan kawasan tersebut. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya para pembeli dan penjual secara langsung dan ada proses tawar-menwar.

Menurut Bagoes P. Wiryomartono dalam Susilo Endrawanti, Pasar tradisional merupakan peristiwa yang berkembang secara teratur, dan

²⁵Sarwoko Endi, 'Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang', *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 4 (2008),h. 99.

²⁶ Muhammad Ridho Ilhami, 'The Social Values of the Banjar People in Traditional Markets', 4.September (2022), 72

dalam beberapa peristiwa pasar menjadi bidang interaksi sosial dan ekonomi. Pasar tradisional memiliki empat fungsi ekonomi, yaitu:

- a. Pasar tradisional merupakan tempat masyarakat dari berbagai lapisan masyarakat dapat memperoleh kebutuhan sehari-hari dengan harga yang terjangkau, karena seringkali relatif lebih murah dibandingkan dengan harga yang ditawarkan di pasar modern, merupakan penopang keuangan bagi masyarakat kecil.
- b. Pasar tradisional menjadi tempat dimana para pelaku ekonomi lemah, terutama yang memiliki modal kecil dapat masuk.
- c. Pasar tradisional berfungsi sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah (PAD) dari pajak yang dipungut dari pedagang.
- d. Akumulasi kegiatan perdagangan di pasar tradisional adalah faktor penting dalam pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat lokal, regional maupun tingkat nasional.

Selain dari fungsi ekonomi, pasar tradisional juga memiliki fungsi sosial, yaitu:

- a. Pasar tradisional menjadi tempat bertemu langsung para produsen dan juga konsumen.
- b. Pasar tradisional sebagai tempat masyarakat berpartisipasi dalam interaksi sosial dan berbagi informasi tentang masalah yang mereka hadapi.²⁷

Pasar tradisional memiliki keunggulan dalam bersaing secara alamiah. Lokasi yang strategis, tempat penjualan yang luas, beraneka ragam barang dengan harga yang rendah, juga sistem tawar-menawar menjadi keunggulan dari pasar tradisional. Dan pasar tradisional juga menjadi salah satu pendongkrak ekonomi masyarakat menengah kebawah.²⁸ Namun kini pasar tradisional dihadapkan pada hadirnya pasar modern yang semakin marak. Hal ini menyebabkan penurunan

²⁷ Susilo Endrawanti and Christine Diah Wahyuningsih, 'Dampak Relokasi Pasar Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang', *Jurnal Ilmiah (UNTAG Semarang)*, 3.1 (2014), h. 78–79.

²⁸ Junaidy M. Sasuwu, 'Peran Koordinator Perusahaan Daerah Pasar Dalam Penataan Pasar Tradisional Tuminting Di Kota Manado', *Ejournal Unsrat*, 2.5 (2020), h. 2.

minat beli di pasar tradisional. penyebabnya adalah masalah infrastruktur di pasar tradisional seperti kondisi bangunan, kebersihan dan tempat pembuangan sampah yang kurang terawat, kurangnya tempat parkir, dan sirkulasi udara yang buruk serta menjamurnya pedagang kaki lima yang otomatis merugikan pedagang yang berjualan di pasar tradisional dimana harus membayar sewa dan retribusi secara penuh.

Dalam Landra, terdapat upaya-upaya upaya agar dapat melindungi keberadaan suatu pasar tradisional yaitu dengan Membuat peraturan yang memperhatikan kepentingan masyarakat lebih khusus masyarakat kecil yang pekerjaannya sebagai pedagang di pasar tradisional. Ancaman keberadaan pasar tradisional sedang dirasakan oleh berbagai pihak khususnya para pedagang pasar, untuk itu diperlukan peran pemerintah untuk bisa menjaga eksistensi pasar tradisional dengan cara mengeluarkan peraturan atau regulasi. Kemudian juga lakukan revitalisasi pasar. Hal ini perlu keseriusan dari pemerintah, dimana revitalisasi ini akan mengubah pasar tradisional yang kotor, bau dan becek menjadi lebih bersih dan juga nyaman. Sehingga bisa menarik minat masyarakat untuk berbelanja keperluannya di pasar tradisional.²⁹

7. Pasar Bersehati Kota Manado

Pada tahun 2020 di Kota Manado tercatat ada 6 kecamatan yang memiliki Pasar Inpres yaitu Kecamatan Malalayang, Wanea, Wenang, Tikala, Tuminting dan Bunaken yang tersebar di tujuh pasar Inpres, yaitu pasar Bahu, pasar Pinasungkulan, pasar Bersehati, Pusat Kota, pasar Orde baru, pasar Tuminting dan Pasar Bobo. Dan diantara 7 pasar tersebut Pasar Bersehati adalah pasar terbedar dengan luas 50.000 m2.³⁰

Pasar Bersehati ialah salah satu pasar yang ada di kota Manado. Pasar yang juga menjadi pasar terbesar di Manado. Pemilihan lokasi pasar merupakan faktor persaingan yang penting untuk merik para pembeli. Konsumen atau pembeli cenderung memilih berbelanja di pasar

²⁹ Landra, h. 13

³⁰ Novri p. Mokoagow, *Statistik Daerah Kota Manado 2022* (Manado: BPS-Statistics Manado Municipality, 2022) h.32

tradisional yang letaknya berdekatan ke rumah-rumah konsumen dan mudah diakses dengan berbagai transportasi kota.³¹ Pasar bersehati ini menjadi pasar tradisional terbesar di kota Manado, baik dari jumlah pedagang, los, kios maupun jumlah pembeli. Barang yang dijual pun sama seperti pasar pada umumnya yaitu ikan, daging, sayur, buah, rempah-rempah, sembako, dan lain sebagainya. Di pasar ini juga ada makanan, warung kopi dan juga menjual makanan khas dari Kota Manado seperti Tinutuan, Mie Cakalang, dan aneka jenis makanan lainnya. Selain itu juga menjual baju-baju, aksesoris, tas, sepatu dan peralatan lainnya yang diperlukan masyarakat dengan golongan ekonomi ke bawah. Para pembeli di pasar ini terdiri atas dua yaitu, pembeli yang berbelanja untuk keperluan sehari-hari, dan pembeli yang berbelanja dengan sejumlah komoditi untuk diolah dan dijual kembali. Pasar Bersehati tidak hanya menjadi pusat perdagangan bagi masyarakat di Kota Manado, melainkan juga menjadi tempat masyarakat dari daerah-daerah lain yang ada di provinsi Sulawesi Utara untuk dapat meningkatkan kehidupan ekonomi mereka

Pasar Bersehati juga unggul dalam bersaing secara alami yang tidak dimiliki oleh pasar modern. Strategisnya lokasi, area penjualan yang juga luas, beraneka ragam barang dan juga lengkap, harga dapat dijangkau, ada sistem tawar-menawar yang menjadikan suatu keakraban antara para produsen juga konsumen menjadikan nilai khusus di hati masyarakat..³²

B. Relokasi Pasar

1. Pengertian Relokasi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) relokasi pasara ialah pemindahan tempat.³³ Relokasi ialah penatan ulang pada tempat yang baru

³¹ Anitiyo Soelistiyono, 'Analyzing the Impact of Traditional Market Relocation in Surrounding Traders and Communities (Case Study of Demak Mranggen Markets)', *Economics & Business Solution Journal*, 2.1 (2018), h. 36

³² Apriela Previa and others, 'Eksistensi Pasar Tradisional Bersehati Terhadap Tata Ruang Kota Manado', *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 6.3 (2019), h. 80.

³³ 'KBBI Daring', <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/relokasi>> [accessed 19 November 2021]

atau pemindahan dari tempat lama ke tempat yang baru. Relokasi juga merupakan suatu proses pemindahan dari lokasi yang tidak sesuai peruntukannya ke lokasi yang baru yang disiapkan dan sesuai dengan tempat untuknya.³⁴ Relokasi pasar ialah pemindahan pasar yang lama ke pasar yang baru yang lebih strategis dengan bangunan yang lebih baik, juga memiliki fasilitas sarana prasarana yang nyaman. Relokasi pasar juga merupakan pemindahan suatu pasar yang lama ke tempat baru yang lebih baik juga strategis dengan sarana prasarana lancarnya pembuangan air yang lancar, tidak menimbulkan bau yang tidak enak, pencahayaan yang baik, tempat berjualan yang aman juga keamana barang dagang, Penyelenggaraan pasar serta tempat parkir yang nyaman.³⁵ Relokasi pasar ialah membangun ulang tempat yang baru, penataan kembali suatu pasar ke tempat yang baru atau pemindahan lokasi pasar yang lama ke lokasi yang baru.³⁶

Berdasarkan dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwasannya relokasi pasar ialah pemindahan dan penataan suatu pasar dari tempat yang lama ke tempat yang baru yang lebih strategis dan juga lebih baik.

2. Tujuan Relokasi Pasar

- a. Memberdayakan produsen mikro, kecil-menengah, serta koperasi dan pasar tradisional yang secara umum, agar dapat bersaing, maju, berkembang, tangguh, mandiri dan bisa menaikkan kesejahteraannya.
- b. Penataan juga berdirinya pasar modern pada suatu wilayah tertentu, agar tidak mematikan, dan juga merugikan adanya pasar tradisional, mikro kecil, menengah juga koperasi juga memiliki nilai sejarah dan bisa menjadi aset daerah.

³⁴Syobrian R Mokoginta and others, 'Persepsi Masyarakat Terhadap Relokasi Pasar Tradisional Di Kelurahan Genggulang Kecamatan Kotamobagu Utara' *Ejournal Unsrat*, 2.2, (2015), h. 145

³⁵ Endrawanti and Diah Wahyuningsih, h. 85

³⁶Ni Made Dian Utari dan I. Ketut Sudiana. 'Efektivitas Relokasi Pasar dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Badung. E', *E-Jurnal EP Unud*, 6.7 (2017), h. 1254-1255

- c. Tata ruang wilayah tercipta dengan kesesuaian dan keserasian lingkungannya.
- d. Menciptakan partisipasi serta kemitraan publik juga swasta dalam penyelenggaraan usaha antara pasar tradisional dan pasar modern.
- e. Memberikan perlindungan kepada usaha mikro, kecil, menengah, juga koperasi serta pasar tradisional.³⁷

Berdasarkan dari penjelasan diatas, bahwasannya tujuan relokasi pasar ialah untuk mengembangkan usaha para pedagang, meningkatkan kesejahteraan pedagang, dan penataan kembali untuk kenyamanan, keamanan pada saat berbelanja di pasar.

C. Pedagang

1. Pengertian Pedagang

Kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan pedagang artinya pekerjaan yang ada hubungannya dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan; jual-beli.³⁸ Pedagang ialah kegiatan seorang membeli, menerima ataupun menyimpan barang yang maksudnya untuk dijual, diserahkan atau dikirim kepada badan atau orang lain. Oleh karena itu, pedagang ialah orang yang menjual suatu barang dengan menginginkan keuntungan.

Dalam Islam ketika seseorang berdagang, maka usaha tersebut haruslah dilakukan dengan cara:

a. Berusaha dengan halal juga thayyib

Di dunia ini merupakan suatu keharusan untuk beurdaha dengan cara yang halal juga baik, karena dengan ini orang dapat hidup yang layak dan juga adapt menghidupi keluarga dan keraabtnya yang tidak mampu. Orang yang mencari rezki dengan cara yang halal akan mendapatkan pujian oleh Allah SWT, karena dalam Islam mencari rezki merupakan suatu ibadah, berikut merupakan catatan penting agar bisa mencari rezki dengan cara yang halal:

³⁷ Putri, h. 10-11

³⁸ 'KBBI Daring' <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/dagang>>

1) Mencari rezeki dengan cara yang baik

Mencari rezeki yang baik itu mudah, karena dengannya dalam pencarian rezeki boleh asal dengan cara yang baik dan tidak ada larangan akan itu, ketika melihat kebutuhan manusia di dunia ini, maka peluang untuk melakukan perdagangan di bagian produk atau jasa yang halal masih sangat terbuka lebar.

2) Larangan memakan harta orang lain dengan cara yang batil

Orang yang memakan harta orang lain secara batil dalam Islam itu dilarang. Pada proses pemindahan kekayaan merupakan pintu pembuka keberkahan kehidupan seseorang. Oleh karena itu Islam melarang bagi pemeluknya untuk menghindar dari aktivitas yang merugikan orang lain. Dalam Al-Qur'an dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat ke 188 yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ
أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahnya:

“Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”³⁹

Dalam tafsir Kementerian Agama RI menjelaskan bahwa janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil seperti dengan cara korupsi, menipu, ataupun merampok, dan jangan pula kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim untuk bisa melegalkan perbuatan jahat kamu dengan maksud agar kamu dapat memakan, menggunakan, memiliki, dan menguasai sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa karena melanggar ketentuan Allah, padahal kamu mengetahui bahwa perbuatan itu diharamkan Allah. Setelah pada ayat-ayat sebelumnya

³⁹ Qur'an Kemenag.

menerangkan masalah-masalah tentang puasa dalam bulan ramadan dan hukum-hukum yang bertalian dengan puasa, maka ayat ini menerangkan waktu yang diperlukan oleh umat manusia dalam melaksanakan ibadahnya. Jika mereka yakni para sahabatmu bertanya kepadamu wahai Muhammad tentang bulan sabit. Katakanlah kepada mereka, fenomena perubahan bulan itu adalah sebagai penunjuk waktu bagi manusia untuk mengetahui waktu-waktu yang telah ditentukan Allah seperti waktu salat, puasa dan untuk melakukan ibadah haji. Dan bukanlah suatu kebajikan ketika berihram baik dalam haji maupun umrah memasuki rumah dari atasnya sebagaimana yang sering dilakukan pada masa jahiliyah, tetapi kebajikan adalah melakukan kebajikan sebagaimana orang yang bertakwa, menunaikan perintah Allah dan menjauhi larangannya. Karenanya, ketika berihram, masukilah rumah-rumah dari pintu-pintunya, dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung sehingga memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.⁴⁰

Allah melarang untuk memakan hartany orang lain, maksudnya mempergunakan atau memanfaatkan harta orang lain dengan cara yang batil atau cara yang dilakukan tidak sesuai dengan hukum islam yang telah ditentukan.

3) Mencari rezeki dengan menjual produk/jasa yang halal

Produk ataupun jasa yang halal ialah suatu yang tidk dilarang dalam hukum islam. Halal dapat diartikan berdasarkan sifat dan prosesnya. Misalnya, dalam syariah dilarang larang untuk memakan daging babi, jadi menjual daging babi pada dasarnya haram dan dilarang. Mengenai proses yang haram, misalnya saat ketika menjual ayam, tetapi dalam pengolahannya dtercampr dengan daging babi. Kemudian ayam itu yang pada dasarnya halal, tetapi pengolahannya dicampur dengan babi, maka ayam itu menjadi haram karena

⁴⁰ Tafsir Web, 'Surah Al-Baqarah Ayat 188'

prosesnya yang berlangsung selama pengolahan. Selain aspek halal, perusahaan juga memperhatikan aspek lain yaitu baik.⁴¹

b. Berusaha dengan tidak melakukan distorsi pasar

Orang sering kali telah mencoba untuk menjual produk atau jasa yang halal, namun secara tidak sadar orang tersebut melakukan kegiatan penjualan yang tidak jujur. Kegiatan tersebut dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dan dapat menjadi pemenang dalam kancah bisnis. Islam mengenal tiga bentuk distorsi pasar yaitu sebagai berikut:

1) Rekayasa penawaran dan rekayasa permintaan

Di dalam fiqh Islam, bentuk ini (rekayasa penawaran) lebih dikenal dengan ihtikar, sedangkan rekayasa permintaan dikenal dengan bai' najasy.

2) Tadhlis (penipuan)

Tadhlis atau penipuan ini ada empat bentuk, yaitu penipuan yang menyangkut jumlah barang, mutu barang, harga barang, dan waktu penyerahan barang. Tadhlis disebabkan karena adanya incomplete information.

3) Taghrir (ketidakjelasan)

Kerancuan atau bisa disebut gharar, juga dalam empat bentuk menurut kualitas, kuantitas, waktu penyerahan barang dan harga. Seperti halnya tadhlis, penyebab taghrir ini karena informasi yang rancu atau tidak jelas.

Semua bentuk penyelewengan tersebut sama sekali bertentangan dengan tujuan dalam syari'at, yang memerintahkannya untuk kemaslahatan umat bukan untuk merugikan pasar, dan dapat menindas umat karena ada pihak-pihak yang akan dirugikan. Pedagang pasar adalah orang-orang yang memiliki usaha dan tempat tertentu dalam cara beroperasi, mereka memiliki pilihan baik tata letak, kemasan, kebersihan

⁴¹ Ika Yunia Fauzia, *Islamic Entrepreneurship: Kewirausahaan Berbasis Pemberdayaan* (Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2019), h. 123

penampilan barang untuk menarik pembeli atau pelanggan. Dalam bisnis, pemasar adalah orang atau lembaga yang menjual produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung⁴²

2. Jenis-jenis Pedagang

Dalam perekonomian, menurut saluran pendistribusian yang dilaksanakan pedagang dibedakan menjadi:

- a) Distributor (perseorangan), yaitu pedagang yang berhak mendistribusikan satu produk perusahaan tertentu.
- b) Pedagang besar (besar), yaitu pedagang yang membeli produk dalam jumlah besar untuk dijual ke pedagang lain, seperti pedagang besar.
- c) Pengecer, yaitu pedagang yang menjual produk langsung ke konsumen.

Setiap pedagang mempunyai usaha sendiri, sebagai pedagang menurut waktu beroperasinya:

a) Pedagang tetap

Pedagang tetap adalah pedagang yang dalam melakukan kegiatan pedagangannya dengan cara tetap dan dengan menggunakan toko secara tetap atau tetap di suatu kawasan pasar atau lingkungan pasar.

b) Pedagang tidak tetap

Pedagang lainnya adalah pedagang yang tidak menggunakan tempat perdagangan yang tetap atau tetap di dalam kawasan pasar atau lingkungan pasar untuk kegiatan pedagangannya.

D. Efektivitas

Kata efektif berasal dari dalam bahasa Inggris yaitu “*effective*” yang artinya berhasil atau sesuatu yang dilakukan baik juga sesuai dengan hasilnya. Dalam kamus ilmiah efektivitas didefinisikan sebagai tepatnya suatu

⁴² Nur Asiah, Sulsalman Moita, and Ratna Supiyah, ‘The Socio-Economic Impacts After Relocation of Pasar Panjang Traders to the Wua-Wua Central Market Kendari City’, *Indonesian Journal of Social and Environmental Issues (IJSEI)*, 1.1 (2020), 28–33 <<https://doi.org/10.47540/ijsei.v1i1.6>>.

penggunaan, menunjang tujuan atau hasil guna. Efektivitas ialah unsur pokok dalam mencapai tujuan, sasaran yang tertentu di dalam tiap-tiap organisasi, kegiatan, maupun suatu program. Dapat dikatakan efektif ketika tercapainya tujuan maupun sasaran tertentu.⁴³ Efektivitas dalam Mardiasmo merupakan hubungan antara output dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Efektivitas pada dasarnya berhubungan dengan pencapaian tujuan atau target kebijakan (hasil guna). Efektivitas ialah ukuran berhasil atau tidaknya sebuah organisasi mencapai tujuannya. Ketika berhasil mencapai tujuannya, maka dapat dikatakan berjalan efektif. Dan yang terpenting ialah efektivitas itu tidak mengabaikan tentang besar biaya yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan tersebut, melainkan hanya melihat apakah suatu program atau kegiatan itu telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan atau tidak.⁴⁴ Dalam penggunaan pendapatan efektivitas ialah salah satu tolak ukur dari majunya ekonomi masyarakat yang kadang dijadikan pandangan dalam melihat keberhasilan suatu proses pembangunan. Heryendi dan Marhaeni menyatakan bahwa efektivitas ialah sesuai antara output dan tujuan yang ditetapkan.⁴⁵

Ukuran efektivitas ialah acuan akan terpenuhinya sasaran dan tujuan yang akan dicapai. Dan juga menunjukkan tingkat sejauh mana organisasi, program atau kegiatan itu terlaksana fungsinya secara optimal. Ukuran efektivitas menurut Duncan yang dikutip dalam Susi Lawati hal ini dapat dilihat dari :

1. Pencapaian tujuan

Seluruh usaha dalam mencapai tujuan, pencapaian tujuannya harus menjadi salah satu proses

2. Integrasi

⁴³Susi Lawati, 'Efektivitas Pelaksanaan Lesson Study Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Profesional Guru Di SMP Negeri 52 Palembang', *Jurnal Studia Administrasi*, 1.2 (2019), h. 61

⁴⁴Mardiasmo, D, MBA, A. (2009). 'Akuntansi sektor publik'. Yogyakarta: Andi. h. 132-134

⁴⁵Wycliffe timotius Heryendi and Anak Agung Istri Ngurah Marhaeni, 'Efektivitas Program Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKs) Di Kecamatan Denpasar Barat the Effectiveness of the Family Welfare Income Increasing Program (UPPKs)', *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 6.2 (2013), h.83/

Integrasi ialah ukuran dari tingkat sejauh mana kemampuan suatu organisasi dalam mengadakan sosialisas, serta komunikasi dengan beraneka macam organisasi lainnya. Integrasi ini terdiri atas prosedur dan proses sosialisasi.

3. Adaptasi

Adaptasi ialah proses dari penysuaian diri untuk melaraskan seseorang terhadap perubahan peruabahn yang terjadi di dalaam suatu lingkungan. Hal ini terdiri dari peningkatan kemampuan juga sarana dan prasarana.⁴⁶

Dalam Budiani efektivftas dapat dilihat yaitu, sebagai berikut:

1. Ketepatan sasaran program
2. Sosialisasi program
3. Tujuan program
4. Pemantauan⁴⁷

Menurut Richard M. Steers ada tiga pendekatan efektivitas yaitu dengan mealalui pendekatan input, proses dan output.⁴⁸ Efektivitas program dalam Adiyadnya dan Setiawina dengan mengidentifikasi variabel-variabel, yaitu variabel input yang terdiri atas sosialisasi program, tingkat ketepatan sasaran program dan tujuan. Kemudian variabel prosesnya yaitu dengan tingkat respon petugas, monitoring. Dan variabel output dengan indikator pendapatan.⁴⁹

Efektifitas dalam Hidayat ialah sebuah ukuran yang mana melihat seberapa jauh target telah dicapai. Dapat dikatakan efektif jika tepatsasaran atau mencapai target yang ditetapkan, dan membawa pengaruh positif

⁴⁶Susi Lawati, h.62

⁴⁷Ni Wayan Budiani, 'Efektivitas Program Penanggulangan Pengangguran Karang Taruna "Eka Taruna Bhakti"Desa Sumerta Kelod Kecamatan Denpasar Timur Kota Denpasar', *Jurnal Ekonomi Dan Sosial*, 2.1 (2007), h. 52

⁴⁸Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi* (Jakarta: Erlangga, 1986).

⁴⁹ Made Santana Putra Adiyadnya and Nyoman Djinar Setiawina, 'Analisis Tingkat Efektifitas Dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin', *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 04 (2015), 265–81

terhadap sasaran.⁵⁰ Tingkat efektivitas dipergunakan untuk mengukur kemampuan pemerintah daerah dalam upayanya untuk merealisasikan program yang ditetapkan dan kemudian dibandingkan dengan target yang telah ditentukan.⁵¹ Menurut Mahmudi, efektifitas dapat dihitung menggunakan rasio perbandingan antara realisasi dan target yang ditetapkan. Maka rumusan rasio efektivitas adalah sebagai berikut: ⁵²

$$\text{Efektifitas} = \frac{\text{Realisasi}}{\text{target}} \times 100$$

Keterangan :

Efektifitas = ukuran berhasil, atau tidaknya suatu program (%)

Realisasi = pencapaian dari suatu program

Target = Anggota yang mengikuti program

Kriteria rasio efektivitas diambil dari kriteria penilaian efektifitas yang ditentukan oleh Badan Pengembangan dan Penelitian Departemen Dalam Negeri tahun 1991 yang dikutip dalam Budiani, antara lain:

Tabel 2.1
Kriteria Efektifitas

Rasio Efektifitas	Tingkat Capaian
Di bawah 40	Sangat tidak efektif
40–59,99	Tidak efektif
60–79,99	Cukup efektif
Di atas 80	Sangat efektif

Sumber : Litbang Depdagri (1991) dalam Budiani (2007)⁵³

⁵⁰ Hidayat, *Teori Efektivitas Dalam Kinerja Karyawan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1986).

⁵¹ Adiyadnya and Setiawina. h. 272

⁵² Mahmudi, *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2016). h. 141

⁵³ Budiani, h. 52

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Bersehati yang bertempat di Kelurahan Calaca, Kecamatan Wenang, Kota Manado, Sulawesi Utara.

2. Waktu penelitian

Waktu dilaksanakan penelitian ini dimulai dari 21 Juli 2022 – 12 Agustus 2022.

B. Rancangan Penelitian

Pada penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif dalam Lehman ialah jenis metode penelitian yang tujuannya untuk menggambarkan secara tersistematis, fakta dan juga akurat tentang fakta dan karakteristik populasi tertentu atau untuk mencoba menggambarkan fenomena secara rinci. Penelitian kuantitatif deskriptif adalah usaha sadar juga tersistematis untuk mencari pemecahan suatu masalah dan juga memperoleh informasi yang lebih dalam dan luas tentang suatu fenomena dengan menggunakan langkah-langkah penelitian dengan pendekatan kuantitatif.⁵⁴ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas program transisi pasar Bersehati.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah bidang generalisasi yang terdiri dari: objek/subyek yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti, yang dipelajari dan dari mana ditarik kesimpulan.⁵⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang pasar bersehati yang terdampak relokasi.

⁵⁴ A. Muri, Yusuf, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. (Jakarta: Prenada Media, 2014), h. 62

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012). h. 80

2. Sampel

Sampel ialah sebagian dari jumlah dan karakter dari populasi utama. Jika populasinya besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada dalam populasi tersebut, misalnya karena keterbatasan sumber daya, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut. Temuan dari seleksi dapat diterapkan pada populasi umum. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif ataupun mewakili.⁵⁶ Dalam penelitian ini jumlah populasi dari pedagang pasar bersehati tidak diketahui secara pasti, karena untuk saat ini belum ada data resmi dari PD Pasar Kota Manado mengenai jumlah pedagang pasar Bersehati. Oleh karena itu, untuk menentukan sampel yang tidak diketahui dengan pasti populasinya maka menggunakan formula lemeshow dengan rumus sebagai berikut.⁵⁷

$$n = \frac{Z^2 \cdot p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = proporsi populasi (0,5)

d = alpha (0,01) atau sampling eror 10%

Jadi, besar sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,5)(0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

⁵⁶ Sugiyono, h. 81

⁵⁷ Stephen K. Lwanga Stanley Lemeshow, David W. Hosmer Jr., Janelle Klar, *BESAR SAMPEL DALAM PENELITIAN KESEHATAN* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997).

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas maka jumlah sampel yang didapatkan adalah 96,04 atau dibulatkan menjadi 96 responden. Jadi, dalam penelitian ini terdapat 96 sampel pedagang pasar bersehati.

Untuk teknik pengambilan sampel yang digunakan didalam penelitian ini '*Probability Sampling*' dengan cara '*Simple Random Sampling*', dimana '*Probability Sampling*' ialah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi semua unsur atau populasi untuk menjadi sampel. Sedangkan '*Simple Random Sampling*' ialah sesuai namanya simple berarti sederhana maksudnya pengambilan sampel dilakukan dengan tanpa melihat adanya strata dalam populasi.⁵⁸

D. Data dan Instrumen Penelitian

1. Data Penelitian

a. Data Primer

Data primer, ialah sumber data yang diambil dan dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan cara langsung dari sumber pertama. Di dalam penelitian ini ialah sumber data yang diperoleh peneliti dari sumber data asli. Dari data yang diperoleh langsung dari responden penelitian digunakan alat pengukuran yaitu kuesioner atau angket.

b. Data Sekunder

Data sekunder, ialah sumber data yang didapat dari dokumentasi, data yang diterbitkan atau data yang digunakan oleh organisasi. Di dalam penelitian ini yaitu buku, jurnal, artikel, skripsi dan literatur lainnya yang terkait dengan penelitian ini yaitu mengenai efektivitas relokasi pasar

2. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya penelitian ialah melakukan pengukuran maka seharusnya ada alat ukur yang baik yang dinamakan instrumen

⁵⁸ Garaika, Darmanah, *Metodologi Penelitian* (Lampung Selatan: CV HIRA TECH, 2019).

penelitian. Jadi instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Di dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berbentuk kuesioner dengan jumlah variabel tunggal atau variabel mandiri. Adapun pengukuran yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah skala Likert 5 poin. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisis, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- 1) Sangat setuju,selalu, sangat positif diberi skor 5
- 2) Setuju, sering, positif diberi skor 4
- 3) Ragu-ragu, kadang-kadang, netral diberi skor 3
- 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah, negatif diberi skor 2
- 5) Sangat tidak setuju, tidak pernah diberi skor 1.⁵⁹

Dalam penelitian ini, kisi-kisi instrumennya yaitu,

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Efektivitas Relokasi Pasar	Variabel Input	1. Sosialisasi Program 2. ketepatan Sasara Program 3. Tujuan Program.
	Variabel Proses	1. Kecepatan Respon Petugas 2. Monitoring dan pengawasan
	Variabel Output	1. Sarana Prasarana 2. Tingkat Pendapatan

⁵⁹ Sugiyono.h.93-94

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi memiliki spesifikasi tersendiri dibandingkan dengan teknik pengumpulan data lainnya, dimana observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada objek alam lainnya. Menurut Sutrisno Hadi, observasi merupakan proses kompleks yang terdiri dari beberapa proses observasi. Di dalam penelitian ini mengkaji perilaku, proses kerja dan gejala yang terjadi di lapangan melalui observasi.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.⁶⁰ Pada penelitian ini teknik pengumpulan data kuesioner akan dibagikan kepada responden dalam hal ini kepada para pedagang dimana didalamnya terdapat pernyataan terkait relokasi pasar yang kemudian dimintai tingkat persetujuan oleh responden menurut pendapat mereka, dengan menggunakan skala likert sebagaimana yang telah dijelaskan pada bagian instrumen penelitian diatas.

3. Dokumentasi

Di dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data dokumentasi sebagai teknik untuk pengumpulan data sekunder. Dimana dokumentasi ini diperoleh dari data-data yang terbitkan pada lembaga-lembaga yang dalam hal ini yaitu pemerintah atau PD Pasar baik berupa surat-surat, catatan-catatan ataupun dokumen-dokumen lainnya.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Penelitian yang menggunakan kuesioner pada penumpulan data penelitian harus mengukur apa yang akan diukurnya. Validitas ini mengukur sejauh mana suatu alat pengukur menunjukkan apa yang akan di ingin diukur. instrumen yang dapat mengukur apa yang akan

⁶⁰ Sugiyono.h.142

diukur akan menghasilkan penelitian yang valid. Pada penelitian ini, pengujian validitas menggunakan rumus korelasi pearson product moment dengan bantuan SPSS. Suatu instrumen dapat dikatakan valid jika memiliki validitas yang tinggi yaitu korelasi R hitung $>$ R tabel, dan sebaliknya instrumen dianggap tidak valid apabila R hitung $<$ R tabel.⁶¹

2. Uji Reabilitas

Reabilitas menunjukkan konsistensi alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama. Dengan uji reabilitas maka akan menghasilkan instrumen yang tepat dan akurat. Jika koefisien reabilitas instrumen lebih besar, maka instrumen tersebut memiliki reabilitas yang cukup baik. Pada penelitian ini, Uji reliabilitas instrumen dilakukan secara internal dengan menggunakan teknik cronbach's alpha, yaitu perhitungan yang dilakukan dengan menghitung rata-rata korelasi butir-butir pernyataan angket. Program SPSS membantu dengan uji reliabilitas ini. Suatu variabel dikatakan reliabel (reliable) jika Cronchbach alpha-nya $>$ 0.60⁶²

3. Analisis Statistik Deskriptif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis efektivitas program reposisi pasar tradisional ini menggunakan teknik analisis statistik deskriptif sederhana dengan melihat persentase pernyataan responden. Statistik deskriptif ialah statistik yang dipergunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang dikumpulkan seperti itu, tanpa bermaksud menarik kesimpulan atau generalisasi tentang publik. Informasi tentang efektivitas program dari sudut pandang responden. Pengukuran tingkat efektivitas dilakukan untuk variabel input, proses dan output serta menggunakan statistik deskriptif rata-rata yang

⁶¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012). h. 384

⁶² Sugiyono. h. 348

dibuat untuk masing-masing indikator. Pada penelitian ini masing-masing indikator diperoleh untuk variabel input, proses dan output.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Pasar Bersehati

Dahulu kota berciri khas dnegn pelabuhan Manado.pada zaman pemerintahan Belanda jauh sebelum itu, kawasan sekitarnya masih bernama *Kampung Heven* yang berasal dari bahasa Belanda dengan arti pelabuhan atau bandar. Bandar didalam bahasa Manado jadi Bendar. Dengan pelabuhan Manado yang masih eksis sampai sekarang maka mncul sebutannya itu sampai sekarang. Lokasi bendar yang dimaksud saat ini adalah sbagai kawasan Pasar 45 Manado, yang ketika tahun 90-an populer dengan sebutan stasion, dengan arti pusat tempat kendaraan umum, yang pada waktu itu bendar,tasion, *Shopping Center* menjadi pusat tempat masyarakat Manado untuk berkumpul. Pasar Tradisional Bersehati dibangun pada tanggal 27 juli tahun 1988, mejadi temat pertemuan para produsen atau penjual dari berbagai daerah, dari luar seperti Kotamobagu, Gorontalo, dan lain–lain yang juga mempunyai latar belakang yang berbeda-beda. Keberadaan pasar ini mempunyai peranan yang penting dalam proses kegiatan prekonomian, khususnya ekonomi kelas menengah ke bawah yang masih mayoritas di Indonesia. Nama Bersehati ini diberikan oleh mantan Walikota Manado ,Ir.N.H. Eman, dengan arti bersehati ialah akronim dari kata bersih, sehat, aman, tertib dan indah. Di pasar ini memiliki lokasi yang strategis yang terletak bersebelahan dengan Pelabuhan Manado yang bagian atas dilintas i jembatan Soekarno. ⁶³

2. Gambaran Umum Pasar Bersehati

Pada tahun 2020 di Kota Manado tercatat ada 6 kecamatan yang memiliki Pasar Inpres yaitu Kecamatan Malalayang, Wanea, Wenang,

⁶³ Febriwati Umawatina and others, 'CALACA KECAMATAN WENANG KOTA MANADO Pemerintah Daerah Kota Manado Membentuk Perusahaan Daerah Pasar Kota Pemerintah Melalui Dinas Pengelolaan Pasar Digantikan Oleh Perusahaan Daerah Pasar Regional Membuat Pasar Bersehati Melayani Masyarakat Yang Berada Di', 10.1 (2022), 149–58.

Tikala, Tuminting dan Bunaken yang tersebar di tujuh pasar Inpres, yaitu pasar Bahu, pasar Pinasungkulan, pasar Bersehati, Pusat Kota, pasar Orde baru, pasar Tuminting dan Pasar Bobo. Dan diantara 7 pasar tersebut Pasar Bersehati adalah pasar terbesar dengan luas 50.000 m².⁶⁴ Pasar Bersehati ialah salah satu pasar yang ada di kota Manado. Pasar yang juga menjadi pasar terbesar di Manado. Pemilihan lokasi pasar merupakan faktor persaingan yang penting untuk menarik para pembeli. Konsumen atau pembeli cenderung memilih berbelanja di pasar tradisional yang letaknya berdekatan ke rumah-rumah konsumen dan mudah diakses dengan berbagai transportasi kota.⁶⁵

Pasar bersehati ini menjadi pasar tradisional terbesar di kota Manado, baik dari jumlah pedagang, los, kios maupun jumlah pembeli. Barang yang dijual pun sama seperti pasar pada umumnya yaitu ikan, daging, sayur, buah, rempah-rempah, sembako, dan lain sebagainya. Di pasar ini juga ada makanan, warung kopi dan juga menjual makanan khas dari Kota Manado seperti Tinutuan, Mie Cakalang, dan aneka jenis makanan lainnya. Selain itu juga menjual baju-baju, aksesoris, tas, sepatu dan peralatan lainnya yang diperlukan masyarakat dengan golongan ekonomi ke bawah. Para pembeli di pasar ini terdiri atas dua yaitu, pembeli yang berbelanja untuk keperluan sehari-hari, dan pembeli yang berbelanja dengan sejumlah komoditi untuk diolah dan dijual kembali. Pasar Bersehati tidak hanya menjadi pusat perdagangan bagi masyarakat di Kota Manado, melainkan juga menjadi tempat masyarakat dari daerah-daerah lain yang ada di provinsi Sulawesi Utara untuk dapat meningkatkan kehidupan ekonomi mereka

Pasar Bersehati juga unggul dalam bersaing secara alami yang tidak dimiliki oleh pasar modern. Strategisnya lokasi, area penjualan yang juga

⁶⁴ Novri p. Mokoagow, *Statistik Daerah Kota Manado 2022* (Manado: BPS-Statistics Manado Municipality, 2022), h. 40

⁶⁵ Anitiyo Soelistiyono, 'Analyzing the Impact of Traditional Market Relocation in Surrounding Traders and Communities (Case Study of Demak Mranggen Markets)', *Economics & Business Solution Journal*, 2.1 (2018), h. 36

luas, beraneka ragam barang dan juga lengkap, harga dapat dijangkau, ada sistem tawar-menawar yang menjadikan suatu keakraban antara para produsen juga konsumen menjadikan nilai khusus di hati masyarakat..⁶⁶

Tabel 4.1
Luas Kota Manado Menurut Kecamatan

Kecamatan	Luas (km²)	%
Malalayang.	17,96 km ²	11,05%
Sario.	1,99 km ²	1,22%
Wanea.	8,47 km ²	5,21%
Wenang.	3,47 km ²	2,13%
Tikala.	6,69 km ²	4,12%
Paal Dua.	9,38 km ²	5,77%
Mapanget.	53,58 km ²	32,96%
Singkil.	4,47 km ²	3,00%
Tuminting.	5,26 km ²	3,24%
Bunaken.	32 km ²	19,69%
Bunaken Kepulauan.	18,88 km ²	11,61%

Sumber: Statistik Daerah Kota Manado 2022⁶⁷

Adapun batas-batas kecamatan Wenang yaitu:

- a. Arah utara : Sungai Jengki dan Kecamatan Singkil
- b. Arah timur : Kecamatan Tikala

⁶⁶Aprisela Previa and others, 'Eksistensi Pasar Tradisional Bersehati Terhadap Tata Ruang Kota Manado', *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 6.3 (2019), h. 80.

⁶⁷Manado. h.40

- c. Arah selatan : Kecamatan Sario dan Wanea
- d. Arah barat : Teluk Manado

Para konsumen yang berbelanja dipasar bersehati ini terdiri dari dua kategori. pertama yaitu mereka yang berbelanja untuk kebutuhannya sehari-hari. kedua yaitu mereka para masyarakat yang berbelanja sejumlah komoditi untuk diolah dan dijual kembali. Dan pedagang yang berdagang di pasar bersehati ini bukan hanya berasal dari kota Manado saja namun para pedagang di pasar ini juga berasal dari luar kota Manado.⁶⁸Kegiatan pasar Bersehati ini berlangsung setiap hari, mulai dari jam 04.00 Wita sampai dengan malam jam 23.00 Wita. Dan jam yang paling ramai dikunjungi konsumen untuk berbelanja di pagi hari jam 07.00 sampai jam 09.00 Wita.

B. Deskripsi Umum Subjek Penelitian

Klasifikasi responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jenis barang dagangan, dan lama berdagang dari masing-masing responden. Dalam penelitian ini responden yang berjumlah 96 orang dalam hal ini pedagang pasar bersehati. Data primer yang digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para pedagang. Setelah di klasifikasikan, maka dapat diketahui karakteristik responden pedagang pasar bersehati yaitu sebagai berikut.

1. Klasifikasi Responden Berdasarkan jenis Kelamin

Klasifikasi responden pedagang pasar bersehati ditinjau dari jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

⁶⁸ Aprisela Previa and others, 'Eksistensi Pasar Tradisional Bersehati Terhadap Tata Ruang Kota Manado', *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 6.3 (2019), h. 80.

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	JUMLAH RESPONDEN	PERSENTASE
Laki-laki	60	62,5 %
Perempuan	36	37,5 %
TOTAL	96	100 %

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa responden pedagang pasar bersehati yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 60 orang dengan persentase sebesar 62,5%, sedangkan responden pedagang pasar bersehati yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 36 orang dengan persentase sebesar 37,5% dari 96 responden dengan persentase sebesar 100%.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang lebih banyak adalah berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 62,5%. Perbedaan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin ini juga karena teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik '*Probability Sampling*' dengan cara '*Simple Random Sampling*', dimana '*Probability Sampling*' ialah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi semua unsur atau populasi untuk menjadi sampel. Sedangkan '*Simple Random Sampling*' ialah sesuai namanya simple berarti sederhana maksudnya pengambilan sampel dilakukan dengan tanpa melihat adanya strata dalam populasi. Jadi, dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan secara acak, tanpa melihat strata.

2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Klasifikasi responden pedagang pasar bersehati ditinjau dari usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

USIA	JUMLAH RESPONDEN	PERSENTASE
16-25 Tahun	7	7,3 %
26-35 Tahun	18	18,8 %
36-45 Tahun	48	50,0 %
46-55 Tahun	12	12,5 %
56-65 Tahun	11	11,5 %
TOTAL	96	100 %

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan menunjukkan bahwa dari 96 orang pedagang yang menjadi sampel penelitian, 7 orang diantaranya berusia 16-25 tahun dengan persentase 7,3%, 18 orang berusia 26-35 tahun dengan persentase 18,8%, 48 orang berusia 36-45 tahun dengan persentase 50%, kemudian 12 orang berusia 46-55 tahun dengan persentase 12,5%, dan sebanyak 11 orang berusia 56-65 tahun dengan persentase 11,5%.

Berdasarkan dari data tersebut bisa dilihat bahwasannya responden terbanyak berumur sekitar 36 tahun sampai dengan 45 tahun, dan yang paling sedikit ialah responden dengan umur yang masih terbilang muda yaitu berumur sekitar 16 tahun sampai dengan 25 tahun.

3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Klasifikasi responden pedagang pasar bersehati ditinjau dari pendidikan terakhirnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

PENDIDIKAN TERAKHIR	JUMLAH RESPONDEN	PERSENTASE
Tidak Sekolah	4	4.2 %
SD	54	56,3 %
SMP	19	19,8 %
SMA/SMK	17	17,7 %
S1	2	2,1 %
TOTAL	96	100 %

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwasannya dari 96 responden pedagang pasar bersehati 56,3% diantaranya pendidikan terakhir yang ditempuh ialah SD yaitu sebanyak 54 orang, diikuti dengan 19,8% atau sebanyak 19 orang dengan pendidikan terakhirnya yaitu SMP, kemudian sebanyak 17,7% atau 17 orang pendidikan terakhirnya ialah SMA/SMK, lalu 4,2% atau 4 orang tidak sekolah, dan sebanyak 2,1% atau 2 orang memiliki pendidikan terakhir S1.

Dari data tersebut bisa dilihat bahwasannya pedagang pasar Bersehati dengan tingkat pendidikan terakhirnya paling banyak tamat SD sedangkan yang paling sedikit ialah S1. Perbedaan yang dihasilkan ialah karena teknik pengambilan sampel pada penelitian ini ini menggunakan teknik '*Probability Sampling*' dengan cara '*Simple Random Sampling*', dimana '*Probability Sampling*' ialah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi semua unsur atau populasi untuk menjadi sampel. Sedangkan '*Simple Random Sampling*' ialah sesuai namanya simple berarti sederhana maksudnya pengambilan sampel dilakukan dengan tanpa melihat adanya strata dalam populasi. Jadi, dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan secara acak, tanpa melihat strata.

4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Barang Dagangan

Klasifikasi responden pedagang pasar bersehati ditinjau dari jenis barang dagangannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Barang Dagangan

JENIS BARANG DAGANGAN	JUMLAH RESPONDEN	PERSENTASE
Sayuran	31	32,3 %
Rempah	23	24 %
Ikan Mentah	11	11,5 %
Sembako	14	14,6 %
Kelapa Cukur	7	7,3 %
Rumah Makan	5	5,2 %
Alat Rumah Tangga	4	4,2 %
Pakaian	1	1 %
TOTAL	96	100 %

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwasannya dari 96 responden pedagang pasar bersehati, 32,3% diantaranya adalah pedagang sayuran yaitu sebanyak 31 orang, diikuti dengan pedagang rempah-rempah sebanyak 23 orang dengan persentase 24%, kemudian sebanyak 14 orang pedagang sembako dengan persentase 14,6%, 11 orang pedagang ikan mentah dengan persentase 11,5%, 7 orang pedagang kelapa cukur dengan persentase 7,3%, lalu 5 orang pedagang makanan dirumah makan sebanyak 5,2%, lalu 4 orang berdagang alat rumah tangga dengan persentase 4,2%, dan sebanyak 1% pedagang pakaian.

Perbedaan yang dihasilkan ialah karena teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik '*Probability Sampling*' dengan cara '*Simple Random Sampling*', dimana '*Probability Sampling*' ialah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi semua unsur atau populasi untuk menjadi sampel. Sedangkan '*Simple Random*

Sampling' ialah sesuai namanya simple berarti sederhana maksudnya pengambilan sampel dilakukan dengan tanpa melihat adanya strata dalam populasi. Jadi, dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan secara acak, tanpa melihat strata.

5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Berdagang

Klasifikasi responden pedagang pasar bersehati ditinjau dari lama berdagang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6

Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Berdagang

LAMA BERDAGANG	JUMLAH RESPONDEN	PERSENTASE
1-5 Tahun	11	11,5 %
6-10 Tahun	22	22,9 %
11-15 Tahun	22	22,9 %
16-20 Tahun	25	26 %
21-25 Tahun	13	13,5 %
26-30 Tahun	3	3.1 %
TOTAL	96	100 %

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwasannya dari 96 responden pedagang pasar bersehati, 26% diantaranya sudah berdagang selama 16-20 tahun yaitu sebanyak 25 orang, diikuti dengan 22,9%, selama 6-10 dan 11-15 tahun masing-masing sebanyak 22 orang, kemudian sebanyak 13 orang sudah berdagang selama 21-25 tahun dengan presentase 13,5%, lalu 11 orang berdagang masih 1-5 tahun dengan persentase 11,5%, dan sebanyak 3 orang pedagang yang sudah berdagang selama 26-30 tahun lamanya dengan persentase 3,1%.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya pernyataan dari suatu kuesioner. Validitas sampel diuji pada 96 responden. Untuk menentukan nilai dari r tabel, digunakan $df=N-2$ yang artinya $df= 96-2 =94$. Dapat dilihat dari tabel nilai koefisien efektif sebesar 10% dan nilai r tabel sebesar 0,168.

- a. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka butir soal tersebut tidak valid
- b. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka butir soal tersebut valid

Berikut merupakan rangkuman perhitungan r berdasarkan pada koefisien efektif/validitas sebesar 0,168 yang artinya jika nilai r merupakan hasil dari $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$, maka instrument dapat dikatakan tidak valid, sebaliknya jika $r \text{ tabel} > r \text{ hitung}$, maka instrument penelitian tersebut dikatakan efektif/valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,864	0,168	Valid
X1.2	0,574	0,168	Valid
X1.3	0,755	0,168	Valid
X1.4	0,764	0,168	Valid
X2.1	0,720	0,168	Valid
X2.2	0,662	0,168	Valid
X2.3	0,474	0,168	Valid
X3.1	0,515	0,168	Valid
X3.2	0,448	0,168	Valid
X3.3	0,714	0,168	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS 28

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dari kuesioner penelitian adalah valid. Karena disetiap pernyataan menghasilkan kuesioner r hitung yang lebih besar r tabel. Suatu instrumen dapat dikatakan valid jika memiliki validitas yang tinggi yaitu korelasi r hitung $>$ r tabel, dan sebaliknya instrumen dianggap tidak valid apabila r hitung $<$ r tabel.⁶⁹

2. Uji Reabilitas

Pengujian reabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan teknik Cronbach Alpha, yaitu perhitungan yang dilakukan dengan menghitung rata-rata interkorelasi di antara butir-butir pernyataan dalam kuesioner. Pengujian reabilitas ini dibantu dengan program SPSS. Suatu variabel dikatakan reliabel (handal) jika memiliki Cronbach Alpha $>$ 0,60.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Variabel Input (X1)	0,825	Reliabel
Variabel Proses (X2)	0,765	Reliabel
Variabel Output (X3)	0,724	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS 28

Hasil uji reliabilitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dari kuesioner penelitian adalah reliabel (dapat diandalkan) sehingga untuk selanjutnya item pada masing-masing tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

⁶⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012). h. 384

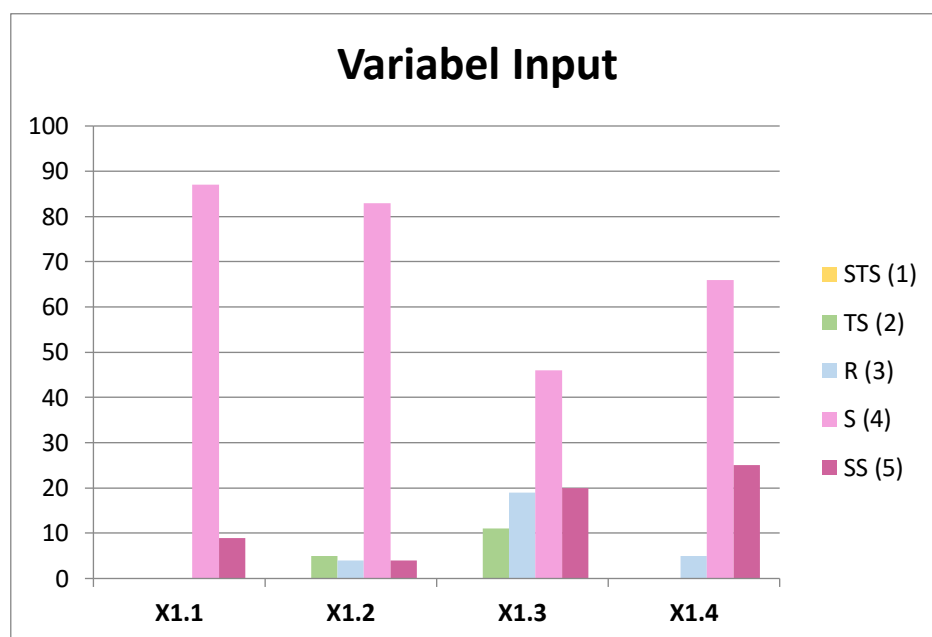
3. Analisis Statistik Deskriptif Efektivitas

a. Variabel Input

Dalam penelitian ini pengukuran efektivitas pada variabel input menggunakan tiga indikator yaitu ketepatan sasaran program, sosialisasi program, tujuan program. Pendapat responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1

Grafik Hasil Pendapat Responden Pada Variabel Input



Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan data di atas, maka dapat dijelaskan bahwa persepsi responden terhadap variabel input yang terdiri dari beberapa indikator adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan data variabel input pada indikator tingkat ketepatan sasaran program sebagian besar responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 87 orang dengan presentase 90,6% dan sisanya 9 orang dengan presentase 9,4% menyatakan sangat setuju.
2. Pada indikator sosialisasi program sebanyak 83 orang menjawab setuju dengan presentase 86,5% dan 4 orang dengan presentase 4,2% sangat setuju bahwa terdapat sosialisasi dilakukan sebelum

relokasi pasar dilakukan dan sisanya 4 orang kurang setuju dengan persentase 4,2% dan 5 orang tidak setuju dengan persentase 5,2%.

3. Berdasarkan data, sebanyak 20 orang dengan persentase 20,8% sangat setuju dan 46 orang adengan persentase 47,9% setuju bahwasannya pedagang diikutsertakan dalam perencanaan program relokasi pasar dan sebanyak 19 orang dengan persentase 9,8% menjawab kurang setuju, dan sisanya 11 orang dengan persentase 11,5% tidak setuju.
4. Pada data menjelaskan sebanyak 94,8% orang menyatakan mengetahui dengan jelas tujuan dari relokasi pasar sisanya yaitu 5,2% orang kurang setuju.

Berdasarkan data, maka peneliti merekapitulasi nilai dari jawaban responden terhadap variabel input, antara lain.

Tabel 4.9

Rekapitulasi jawaban Responden Terhadap Variabel Input

Variabel Input	Nilai					Jumlah	Mean
	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
S X1.1	-	-	-	348	45	393	78,6
u X1.2	-	10	12	332	20	374	74,8
m X1.3	-	22	57	184	100	363	72,6
b X1.4	-	-	15	264	125	404	80,8
e	Total						76,7

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan data tersebut, sebagaimana dalam teori Mahmudi yang menyatakan bahwasannya efektivitas dihitung menggunakan rasio perbandingan antara realisasi dan target yang ditetapkan.⁷⁰ Dalam penelitian ini setelah direkapitulasi, hasil realisasi pada variabel input adalah 76,7 dengan jumlah target atau jumlah dari responden maka efektivitas relokasi pasar bersehati pada variabel input ialah,

⁷⁰ Mahmudi. h. 141

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

$$\text{Efektivitas} = \frac{76,7}{96} \times 100$$

$$\text{Efektivitas} = 79,89 \%$$

Koefisien hasil perhitungan efektivitas variabel input adalah sebesar 79,89% yang berarti tingkat efektivitas variabel input dari program relokasi pasar tradisional yang dilaksanakan di pasar Bersehati termasuk dalam kategori cukup efektif. Hal ini karena berdasarkan hasil jawaban responden pedagang pasar Bersehati pada indikator ketepatan sasaran program, secara keseluruhan responden setuju bahwasannya relokasi pasar ini sudah tepat dilaksanakan. Hasil ini didukung oleh Budiani (2007) dimana ketepatan sasaran program menjadi salah satu keefektifan suatu program. Dan pada indikator sosialisasi program, sebagian besar responden pedagang pasar bersehati dengan persentase 90,7% menyatakan setuju bahwasannya terdapat sosialisasi yang dilakukan sebelum relokasi pasar dimulai. Sosialisasi ini penting dalam proses relokasi, sesuai dalam teori menurut Duncan, yang menyatakan bahwasannya dalam mengukur efektivitas salah satunya dilihat dari integritas yang terdiri dari prosedur dan juga proses sosialisasi. Semakin banyak responden yang mengetahui tentang sosialisasi program maka akan semakin efektif, sebaliknya jika sedikit responden yang mengetahuinya maka akan tidak efektif. Seperti dalam penelitian dari Anditya (2016) dimana hasilnya tergolong dalam ukuran tidak efektif karena hanya sebesar 60,32% responden pedagang yang menilai mendapatkan sosialisasi, hal ini karena sosialisasi tidak dilakukan secara merata kepada seluruh pedagang.

Dalam proses relokasi pasar bersehati setelah sosialisasi terdapat pula petisi untuk mendukung program pemerintah tersebut, dalam petisi tersebut pedagang mendukung revitalisasi pasar bersehati dan sementara di relokasikan ke sekitar pasar bersehati yaitu pelabuhan Kalimas hingga ke badan jalan, dan keseluruhan pedagang mendukung program

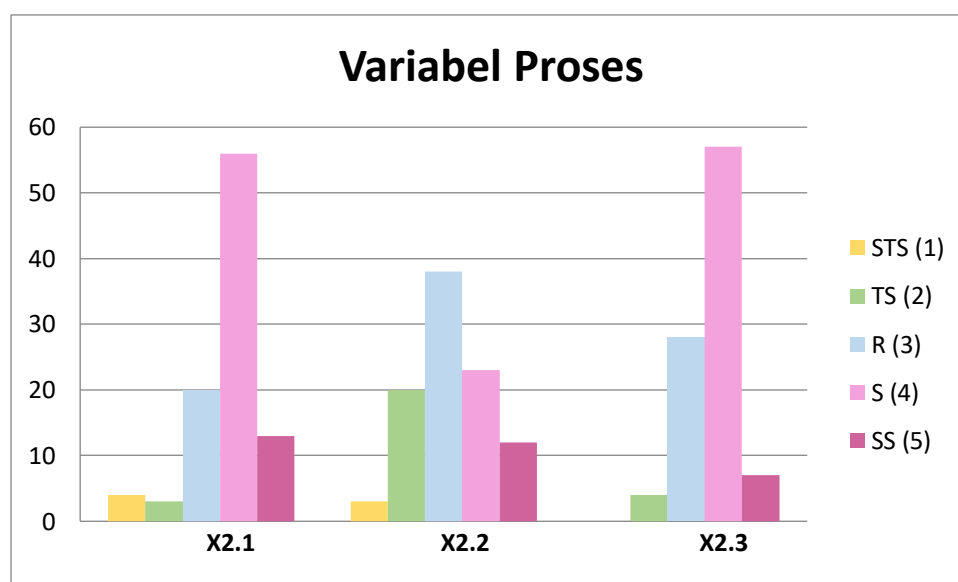
pemerintah tersebut. Dengan hal ini sebagian besar dari pedagang tahu tujuan dari dilaksanakannya program relokasi pasar tersebut, dapat dilihat pada data dimana sebanyak 94,8% responden pedagang menyatakan setuju bahwa mereka mengetahui tujuan dari relokasi pasar tersebut.

b. Variabel Proses

Dalam penelitian ini pengukuran efektivitas pada variabel proses menggunakan indikator kecepatan respon petugas, dan monitoring. Pendapat responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4

Grafik Hasil Pendapat Responden Pada Variabel Proses



Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan data di atas, maka dapat dijelaskan bahwa persepsi responden terhadap variabel proses yang terdiri dari beberapa indikator adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan data variabel proses di atas terdapat sebanyak 56 orang setuju dengan persentase 58,3% dan 13 orang dengan persentase 13,5% sangat setuju bahwa para petugas menerima dengan baik keluhan serta kritik yang disampaikan pedagang dan sebanyak 20

orang dengan persentase 20,8 % kurang setuju sisanya yaitu sebanyak 7 orang dengan tidak setuju.

2. Data menunjukkan sebanyak 23 orang dengan persentase 24% setuju dan 12 orang dengan persentase 12,5% menyatakan bahwa petugas memiliki respon yang cepat terhadap keluhan yang disampaikan pedagang, sedangkan 38 orang dengan persentase 39,6% kurang setuju dan sebanyak 23,9% orang menyatakan petugas tidak memiliki respon yang cepat dalam menghadapi keluhan dan kritik pedagang.
3. Data menunjukkan sebanyak 57 orang dengan persentase 59,4% setuju dan 7 orang dengan persentase 7,3% menyatakan bahwasannya monitoring atau pengawasan sering dilakukan oleh petugas selama proses relokasi berlangsung, 28 orang dengan persentase 29,2% kurang setuju, dan sisanya 4,2% orang menyatakan monitoring jarang dilakukan selama proses relokasi berlangsung.

Berdasarkan data, maka peneliti merekapitulasi nilai dari jawaban responden terhadap variabel proses, antara lain.

Tabel 4.10

Rekapitulasi Nilai jawaban Responden Terhadap Variabel Proses

Variabel Input	Nilai					Jumlah	Mean
	STS (1)	TS (2)	R (3)	S (4)	SS (5)		
X2.1	4	6	60	224	65	359	71,8
X2.2	3	40	114	92	60	309	61,8
X2.3	-	8	84	228	35	355	71,0
Rata-rata							68,2

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan data tersebut, Mahmudi yang menyatakan bahwasannya efektivitas dihitung menggunakan rasio perbandingan antara realisasi dan target yang ditetapkan.⁷¹ Dalam penelitian ini setelah direkapitulasi, hasil realisasi pada variabel proses adalah 68,2 dengan jumlah target atau

⁷¹ Mahmudi. h. 141

jumlah dari responden maka efektivitas relokasi pasar bersehati pada variabel proses ialah,

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

$$\text{Efektivitas} = \frac{68,2}{96} \times 100$$

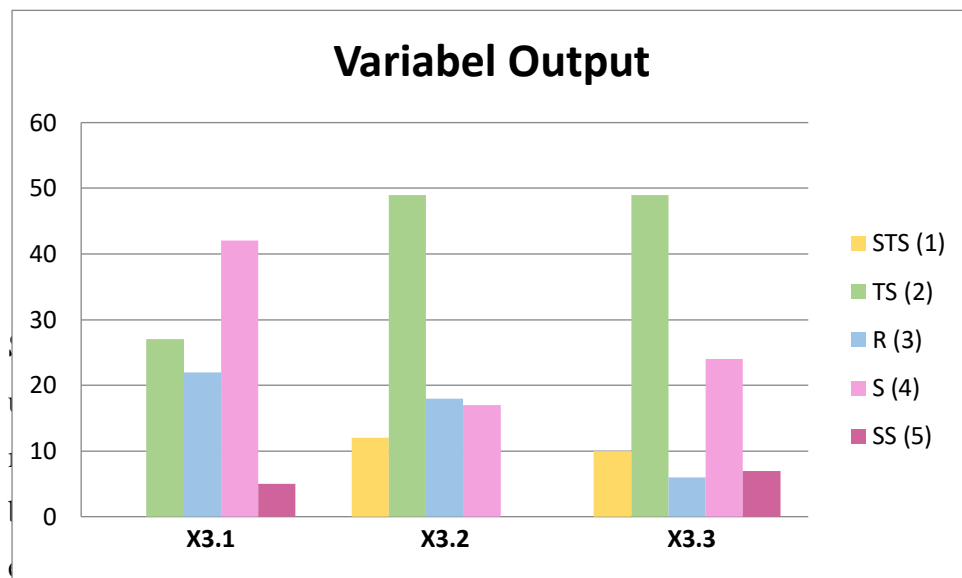
$$\text{Efektivitas} = 71,04\%$$

Setelah melalui perhitungan, koefisien hasil perhitungan efektivitas variabel Proses adalah sebesar 71,04% yang berarti tingkat efektivitas variabel proses dari program relokasi pasar tradisional yang dilaksanakan di Pasar Bersehati termasuk dalam kategori cukup efektif. Hal ini karena sebagian besar dari responden pedagang pasar bersehati dengan persentase 71,8% setuju bahwasannya para petugas pasar menerima dengan baik keluhan, serta saran yang disampaikan pedagang namun perlu diperhatikan pada tingkat kecepatan respon petugas, untuk hal ini sebagian besar pedagang dengan persentase 63,5% tidak setuju atau merasa para petugas kurang cepat respon terhadap keluhan serta saran yang disampaikan pedagang. Penelitian ini didukung oleh penelitian Anditya (2016), dimana pada tingkat kecepatan respon petugas hanya menunjukkan angka sebesar 34,83% dimana para pedagang berpendapat bahwa petugas pasar tidak ada sama sekali respon terhadap keluhan yang disampaikan. Dan monitoring tidak pernah menjadi rutinitas petugas dalam mengawasi aktivitas pasar. Namun dalam penelitian ini sebagian besar pedagang sebesar 66,7% setuju bahwa ada pengawasan atau monitoring dari petugas pasar.

c. Variabel Output

Pada penelitian ini pengukuran efektivitas pada variabel output menggunakan indikator tingkat pendapatan. Pendapat responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Grafik Hasil Pendapat Responden Pada Variabel Output



r: Data diolah, 2022

Berdasarkan data di atas, maka dapat dijelaskan bahwa persepsi responden terhadap variabel output yang terdiri dari beberapa indikator adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan data variabel output diatas sebanyak 47 orang dengan persentase 48,9% menyatakan bahwasannya zonasi pedagang saat ini lebih baik dibandingkan sebelum direlokasi, 22 orang dengan persentase 22,9% kurang setuju, dan sisanya sebanyak 27 orang dengan persentase 28,1% menyatakan zonasi saat ini tidak lebih baik dibandingkan sebelum direlokasi.
2. Pada data diatas menunjukkan 17 orang dengan persentase 17,7% menyatakan sarana dan prasarana memadai, 18 orang dengan persentase 18,8% kurang setuju, dan sisanya yaitu 61 orang dengan persentase 63,5% menyatakan sarana dan prasaran tidak memadai
3. Pada data menunjukkan sebanyak 31 orang dengan persentase 32,2% menyatakan pendapatan mereka meningkat, 6 orang dengan persentase 6,3% sama saja, dan sebanyak 59 orang dengan persentase 61,4% menyatakan bahwa pendapatan mereka menurun.

Berdasarkan data, maka peneliti merekapitulasi nilai dari jawaban responden terhadap variabel proses, antara lain.

Tabel 4.11

Rekapitulasi jawaban Responden Terhadap Variabel Output

Variabel Output	Nilai					Jumlah	Mean
	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
X3.1	-	54	66	168	25	313	62,6
X3.2	12	98	54	68	-	232	46,4
X3.3	10	98	18	96	35	257	51,4
Total							53,46

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan data, dan sebagaimana teori dalam Mahmudi yang menyatakan bahwasannya efektivitas dihitung menggunakan rasio perbandingan antara realisasi dan target yang ditetapkan.⁷² Dalam penelitian ini setelah direkapitulasi, hasil realisasi pada variabel output adalah 53,46 dengan jumlah target atau jumlah dari responden maka efektivitas relokasi pasar bersehati pada variabel output adalah,

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

$$\text{Efektivitas} = \frac{53,4}{96} \times 100$$

$$\text{Efektivitas} = 55,6 \%$$

Setelah dihitung, koefisien hasil perhitungan efektivitas variabel output adalah sebesar 55,6% yang berarti tingkat efektivitas variabel output dari program relokasi pasar tradisional yang dilaksanakan di Pasar Bersehati termasuk dalam kategori tidak efektif, hal ini dikarenakan pada variabel output ini sebagian besar pedagang yaitu sebesar 82,3% menganggap sarana dan prasarana masih belum memadai. Berdasarkan observasi dapat dilihat salah satunya sampah yang menggunung dan masih berserakan dimana-mana, sehingga menimbulkan bau yang tidak sedap dan pastinya menimbulkan

⁷² Mahmudi, h. 141

ketidaknyamanan bagi pedagang maupun pembeli. Hal ini sama seperti sebelum direlokasi dan menjadikan relokasi ini tidak berjalan efektif karena tidak ada pengaruh dan perubahan terhadap sasaran program. Hasil ini yang menjadi salah satu alasan ketidakefektivan relokasi ini karena menurut Hidayat bahwasannya suatu dapat dikatakan efektif salah satunya apabila dapat membawa pengaruh positif terhadap sasaran.

Selain itu, bagi sebagian besar pedagang dengan persentase 61,4% merasa mengalami penurunan pendapatan, terutama para pedagang yang tempat berdagangnya masuk kedalam pasar atau jauh dari jalan utama. Pendapatan mereka turun drastis karena para pembeli jarang berbelanja ke bagian dalam pasar, mereka lebih senang berbelanja ditempat yang lebih mudah dijangkau atau di jalan utama, sehingga banyak pedagang yang pindah keluar karena sepi pembeli. Hal ini juga bisa dilihat dari hasil jawaban responden terkait zonasi atau penempatan pedagang, dimana hanya sebesar 49% pedagang yang setuju dengan zonasi atau penempatan pedagang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Nur Isni Atun dalam penelitiannya yang berjudul (Pengaruh Modal, Lokasi dan Jenis Dagangan terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman, 2016) yang mengatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap pendapatan dimana lokasi penjual sangat berpengaruh pada jumlah pembeli yang digarapnya, sehingga lokasi berdagang berkaitan dengan ketertarikan pembeli untuk membeli dagangannya dan pastinya akan berpengaruh terhadap pendapatan dari pedagang tersebut.⁷³

Koefisien hasil perhitungan efektivitas pelaksanaan program relokasi pasar bersehati secara keseluruhan adalah sebesar 68,84%, yang berarti program relokasi pasar bersehati ini dikategorikan cukup efektif. Hal ini dikarenakan program relokasi pasar di pasar bersehati ini masih terdapat kelemahan-kelemahan seperti belum membawa pengaruh positif

⁷³ Nur Isni Atun, 'Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman', *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2016, 318–25.

terhadap sasaran program dalam hal ini pedagang bersehati. Khususnya pada indikator kecepatan respon petugas, sarana prasana dan juga pendapatan. Hasil Ini yang menjadi salah satu alasan ketidakefektivan relokasi ini karena menurut Hidayat bahwasannya suatu dapat dikatakan efektif salah satunya apabila dapat membawa pengaruh positif terhadap sasaran. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Utari dan Sudiana yang menyatakan bahwa program relokasi tergolong cukup efektif tetapi masih belum memberikan perubahan yang baik bagi para pedagang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Efektivitas program relokasi pasar di Pasar Bersehati memperoleh hasil sebesar 68,84%, artinya relokasi pasar Bersehati ini tergolong cukup efektif. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata efektivitas dari variabel input, proses dan output. Dari segi variabel input, koefisien hasil perhitungannya adalah sebesar 79,89% yang berarti tingkat efektivitas variabel input dari program relokasi pasar tradisional yang dilaksanakan di Pasar Bersehati masih termasuk dalam kategori cukup efektif. Dari segi variabel proses, Koefisien hasil perhitungannya adalah sebesar 71,04% yang berarti tingkat efektivitas variabel proses dari program relokasi pasar tradisional yang dilaksanakan di Pasar Bersehati masih termasuk dalam kategori cukup efektif. Dan dari segi variabel output, Koefisien hasil perhitungannya adalah sebesar 55,6% yang berarti tingkat efektivitas variabel output dari program relokasi pasar tradisional yang dilaksanakan di Pasar Bersehati termasuk dalam kategori tidak efektif.

B. Saran

Berdasarkan data yang telah diperoleh dan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini untuk mengatasi masalah, Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan yaitu:

1. Diharapkan kepada Pemerintah Kota Manado khususnya PD Pasar Kota Manado untuk lebih matang dan siap dalam perencanaan sebelum mulai program agar lebih terarah,
2. Diharapkan PD Pasar Kota Manado untuk mempercepat penyelesaian pembangunan Pasar Bersehati agar para pedagang yang direlokasi dapat segera menempati kembali Pasar Bersehati dan pendapatan pedagang bisa kembali normal atau bahkan bisa lebih meningkat.
3. Petugas PD Pasar diharapkan lebih responsif atau cepat respon dalam menangani keluhan maupun saran dari para pedagang.
4. Pedagang Pasar Bersehati dapat meningkatkan kualitas barang yang dijual dan juga meningkatkan pelayanan agar para pembeli merasa puas

berbelanja sehingga akan tetap berbelanja dan pendapatan mejadi meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyadnya, Made Santana Putra, and Nyoman Djinar Setiawina, 'Analisis Tingkat Efektifitas Dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin', *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 04 (2015), 265–81 <<https://media.neliti.com/media/publications/44723-ID-analisis-tingkat-efektivitas-dan-daya-saing-program-revitalisasi-pasar-tradision.pdf>>
- Asiah, Nur, Sulsalman Moita, and Ratna Supiyah, 'The Socio-Economic Impacts After Relocation of Pasar Panjang Traders to the Wua-Wua Central Market Kendari City', *Indonesian Journal of Social and Environmental Issues (IJSEI)*, 1.1 (2020), 28–33 <<https://doi.org/10.47540/ijsei.v1i1.6>>
- Atun, Nur Isni, 'Pengaruh Modal , Lokasi , Dan Jenis Dagangan Terhadap', *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2016, 318–25
- Bangun, Wilson, *Teori Ekonomi Mikro* (Bandung: PT Refika Aditama, 2017)
- Budiani, N W, 'Efektivitas Program Penanggulangan Pengangguran Karang Taruna "Eka Taruna Bhakti" Desa Sumerta Kelod Kecamatan Denpasar Timur Kota Denpasar', *Jurnal Ekonomi Dan Sosial (INPUT)*, 2.1 (2017), 49–57
- Dwika Lodia Putri, Aris Ariyanto, Dede Andi, *Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro* (Nagari Koto Baru: CV INSAN CENDEKIA MANDIRI, 2021)
- Endrawanti, Susilo, and Christine Diah Wahyuningsih, 'Dampak Relokasi Pasar Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang', *Jurnal Ilmiah (UNTAG Semarang)*, 3.1 (2014), 78–93
- Fauzia, Ika Yunia, *Islamic Entrepreneurship: Kewirausahaan Berbasis Pemberdayaan* (Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2019)
- Garaika, Dr., and MM Darmanah, S.E., *Metodologi Penelitian* (Lampung Selatan: CV HIRA TECH, 2019)
- Heryendi, Wycliffe timotius, and Anak Agung Istri Ngurah Marhaeni, 'Efektivitas Program Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKs) Di Kecamatan Denpasar Barat the Effectiveness of the Family Welfare Income Increasing Program (UPPKs)', *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 6.2 (2013), 78–85
- Hidayat, *Teori Efektivitas Dalam Kinerja Karyawan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1986)
- Hidayati, Syafaatul, *Teori Ekonomi Mikro* (Pamulang: UNPAM PRESS, 2019)
- Ilhami, Muhammad Ridha, 'The Social Values of the Banjar People in Traditional Markets', 4.September (2022), 71–83
- Irham, Muhammad, 'Pasar Berseahiti, Pasar Tradisional Terbesar Di Kota Manado'
- Landra, Nengah, 'Empowerment Of The Tembuku District Village Traditional Market In Bangli', *International Journal of Applied Science and Sustainable Development*, 1.1 (2019), 29–37
- Lawati, Susi, 'Efektivitas Pelaksanaan Lesson Study Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Profesional Guru Di SMP Negeri 52 Palembang', *Jurnal Studia Administrasi*, 1.2 (2019), 59–77

- <<https://doi.org/10.47995/jian.v1i2.19>>
- Mahmudi, *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2016)
- Manado, BPS Kota, *Statistik Daerah Kota Manado 2022* (Manado: BPS-Statistics Manado Municipality, 2022)
- Mokoginta, Syobrian R, Pierre Gosal, Suryadi Supardjo, Kota Universitas, Sam Ratulangi, Staf Pengajar, and others, 'Persepsi Masyarakat Terhadap Relokasi Pasar Tradisional Di Kelurahan Genggulang Kecamatan Kotamobagu Utara'
- Mulyadi, Dedi, *Pemberdayaan Pasar Tradisional Ditengah Kepungan Pasar Modern* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021)
- Noor, Henry Faizal, *Ekonomi Media* (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2010)
- Previa, Aprisela, Petris Bata, Pingkan P Egam, and vicky H Makarau, 'Eksistensi Pasar Tradisional Bersehati Terhadap Tata Ruang Kota Manado', *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 6.3 (2019), 571–80
- Putri, Dwifany Yodina, 'Pengaruh Relokasi Pasar Terhadap Sosial Dan Ekonomi Pedagang Di Pasar Atas Bukittinggi', *Jom Fisip*, 5.1 (2018), 3
- Qur'an Kemenag, 'Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an', *Kementrian Agama RI*
- Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi* (Jakarta: Erlangga, 1986)
- Sasuwu, Junaidy M., 'Peran Koordinator Perusahaan Daerah Pasar Dalam Penataan Pasar Tradisional Tuminting Di Kota Manado', 2.5 (2020), 1–10
- Soelistiyono, Anitiyo, 'Analyzing the Impact of Traditional Market Relocation in Surrounding Traders and Communities (Case Study of Demak Mranggen Markets)', *Economics & Business Solution Journal*, 2.1 (2018), 35–45
- Stanley Lemeshow, David W. Hosmer Jr., Janelle Klar, Stephen K. Lwanga, *BESAR SAMPEL DALAM PENELITIAN KESEHATAN* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997)
- Stutiari, Ni Putu Eka, and Sudarsana. Arka, 'Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Tata Kelola Pasar Di Kabupaten Badung', *E-Jurnal EP Unud*, 8.1 (2019), 148–78
- sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Sutami, Wahyu Dwi, 'Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional', *Jurnal Biokultur*, 1.2 (2012), 127–48 <<http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/03WahyuDwiS---Strategipedagangpasartradisional.pdf>>
- Umawatina, Febriwati, Swenekhe S Durand, Florence V Longdong, O Grace, and Christian R Dien, 'CALACA KECAMATAN WENANG KOTA MANADO Pemerintah Daerah Kota Manado Membentuk Perusahaan Daerah Pasar Kota Pemerintah Melalui Dinas Pengelolaan Pasar Digantikan Oleh Perusahaan Daerah Pasar Regional Membuat Pasar Bersehati Melayani Masyarakat Yang Berada Di', 10.1 (2022), 149–58
- Web, Tafsir, 'Surah Al-Baqarah Ayat 275'
- Web, Tafsir, 'Surah Al-Baqarah Ayat 188'

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

“Efektivitas Relokasi Pasar Bersehati di Kecamatan Wenang Kota Manado”

Identitas Responden

Nama :
 Umur :
 Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan (Coret yang tidak perlu)
 Pendidikan Terakhir :
 Lama Berdagang :
 Jenis Barang Dagangan :

Petunjuk Pengisian

Berilah nomor pada kolom jawaban yang telah disediakan.

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/Saudari sesuai dengan keadaan yang sebenarnya

Keterangan Pengisian

SS : Sangat Setuju (5)
 S : Setuju (4)
 KS : Kurang Setuju (3)
 TS : Tidak Setuju (2)
 STS : Sangat Tidak Setuju (1)

No.	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
		5	4	3	2	1
Variabel Input						
1	Pasar Bersehati memang butuh program relokasi					

	pasar atau sudah tepat sasaran					
2	Sosialisasi dilakukan sebelum program relokasi dimulai					
3	Pedagang diikutsertakan dalam perencanaan program relokasi pasar					
4	Saya mengetahui dengan jelas tujuan dilaksanakannya program relokasi pasar					
Variabel Proses						
1	Petugas menerima dengan baik keluhan serta kritik dan saran yang disampaikan pedagang					
2	Petugas memiliki respon yang cepat dalam menghadapi berbagai keluhan serta kritik dan saran yang disampaikan pedagang					
3	Monitoring atau pengawasan secara rutin dilakukan oleh petugas selama program relokasi berlangsung					
Variabel Output						
1	Zonasi atau penempatan pedagang saat ini lebih baik dibandingkan dengan sebelum dilaksanakan program relokasi					
2	Sarana dan prasarana sangat memadai dibandingkan					

	sebelum dilaksanakan program relokasi					
3	Pendapatan meningkat setelah pelaksanaan program relokasi pasar					

Lampiran 2 : Hasil Jawaban Responden

No.	Efektivitas Relokasi Pasar Bersehati										TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3	
1	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43
2	4	4	5	4	5	5	5	2	1	1	36
3	4	4	2	4	4	4	4	2	2	2	32
4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	39
5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	3	38
6	5	4	5	5	5	5	4	4	2	4	43
7	4	4	5	4	2	2	2	4	3	4	34
8	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	34
9	4	2	2	3	1	1	4	4	1	4	26
10	4	2	2	5	4	4	4	4	2	2	33
11	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	33
12	4	2	2	4	1	1	4	2	2	1	23
13	4	4	4	4	2	2	4	4	1	1	30
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38
15	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	30
16	4	4	2	4	4	2	4	3	3	4	34
17	4	5	5	4	3	3	3	4	3	1	35
18	5	2	4	4	1	2	3	3	2	2	28
19	5	3	4	3	1	1	2	4	3	1	27
20	5	5	5	3	5	2	4	4	3	5	41
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	5	5	5	5	5	2	1	1	37
23	4	4	2	5	4	4	4	2	4	2	35
24	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	40
25	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	36
26	5	4	5	5	5	5	4	4	2	4	43

27	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	37
28	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	33
29	4	4	4	4	3	2	4	3	1	2	31
30	4	4	3	4	4	4	4	5	2	2	36
31	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	33
32	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	32
33	4	4	3	4	4	3	3	2	2	2	31
34	4	4	3	4	4	3	3	3	2	2	32
35	4	4	3	4	4	3	4	2	2	2	32
36	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	32
37	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	31
38	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	32
39	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	37
40	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38
41	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
42	4	4	5	5	5	5	5	2	1	1	37
43	4	4	2	5	4	4	4	2	4	2	35
44	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	40
45	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	36
46	5	4	5	5	5	5	4	4	2	4	43
47	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	37
48	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	33
49	4	4	4	4	3	2	4	3	1	2	31
50	4	4	3	4	4	4	4	5	2	2	36
51	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	33
52	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	32
53	4	4	3	4	4	3	3	2	2	2	31
54	4	4	3	4	4	3	3	3	2	2	32
55	4	4	3	4	4	3	4	2	2	2	32
56	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	32
57	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	31
58	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	32
59	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	37
60	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	4	4	5	5	5	5	5	2	1	1	37
63	4	4	2	5	4	4	4	2	4	2	35
64	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	40
65	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	36

66	5	4	5	5	5	5	4	4	2	4	43
67	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	37
68	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	33
69	4	4	4	4	3	2	4	3	1	2	31
70	4	4	3	4	4	4	4	5	2	2	36
71	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	33
72	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	32
73	4	4	3	4	4	3	3	2	2	2	31
74	4	4	3	4	4	3	3	3	2	2	32
75	4	4	3	4	4	3	4	2	2	2	32
76	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	32
77	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	31
78	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	32
79	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
80	4	4	5	5	5	5	5	2	1	1	37
81	4	4	2	5	4	4	4	2	4	2	35
82	4	4	4	5	4	2	4	4	3	5	39
83	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	36
84	5	4	5	5	5	5	4	4	2	4	43
85	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	37
86	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	33
87	4	4	4	4	3	2	4	3	1	2	31
88	4	4	3	3	4	4	4	5	2	2	35
89	4	4	5	5	5	5	5	2	1	1	37
90	4	4	2	5	4	4	4	2	4	2	35
91	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	40
92	4	5	4	4	4	4	4	4	2	3	38
93	5	4	5	5	5	5	4	4	2	4	43
94	4	4	5	3	2	2	2	4	3	4	33
95	4	2	2	5	4	4	4	4	2	2	33
96	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	39

Lampiran 3 : r Tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678

76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

Lampiran 5 : Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	3

Lampiran 6: Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. Dr. S H Sarundajang Kawasan Ring Road I Kota Manado Telepon /Fax (0431) 860616 Manado 95128

Nomor : B-366 /In.25/F.IV/TL.00.1/05/2022

4 Mei 2022

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth:

PD Pasar

Di

Tempat

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama : Raisa Nuriyah Ramadhani
 Nim : 18.4.1.092
 Semester : VIII (Delapan)
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermaksud Mengadakan Penelitian Dalam Rangka Penyusunan Skripsi Yang Berjudul: **"Efektivitas Relokasi Pasar Bersehati di Kecamatan Wenang Kota Manado."** Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dengan

Dosen Pembimbing:

1. Dr. Munir Tubagus, M.CS
2. Muhammad Azhar Muslihin, S.e., M.M

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada Mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian dari bulan Mei s/d Juli 2022.

Demikian atas perhatian dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,
Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum
 NIP.197803242006042003

Tembusan

1. Mahasiswa Yang Bersangkutan;
2. Arsip.

Lampiran 7: Surat Keterangan Selesai Penelitian


PD. PASAR KOTA MANADO
(Badan Usaha Milik Daerah Kota Manado)

Kompleks Gedung Shopping Center Lt. II Manado, Jl. Walanda Maramis No. 123, Kel. Pinesuan, Kec. Wenang, Kota Manado


SURAT KETERANGAN

 Nomor : *606* /PDP/VIII/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **LUCKY A. SENDUK, S.Ked**
 Pekerjaan : Plt Direktur Utama
 PD. Pasar Kota Manado

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : **RAISA NURIYAH RAMADHANI**
 NIM : 18.4.1.092
 Waktu Penelitian : 21 Juli – 30 Agustus 2022
 Lokasi : Pasar Bersehati PD. Pasar Kota Manado

Telah selesai mengadakan penelitian / pengumpulan data di PD. Pasar Kota Manado untuk penyusunan Skripsi.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

DIKELUARKAN DI : **MANADO**
 PADA TANGGAL : 31 Agustus 2022


 Plt Direktur Utama
LUCKY A. SENDUK, S.Ked

Lampiran 8 : Dokumentasi



Foto bersama dengan Direktur Operasional PD Pasar Manado, Bapak Irving Kurniawan Biki.



Pembagian dan Pengisian Kuesioner pada Responden Pedagang Pasar Bersehati Manado.



Pembagian dan Pengisian Kuesioner pada Responden Pedagang Pasar Bersehati Manado.



Pembagian dan Pengisian Kuesioner pada Responden Pedagang Pasar Bersehati Manado.