

DAMPAK PERPINDAHAN LOKASI PASAR TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL PEDAGANG PASAR OLAH BEBAYA KECAMATAN MELAK KABUPATEN KUTAI BARAT

Risky Wahyudi¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan dampak yang terjadi kepada para Pedagang akibat perpindahan lokasi pasar Olah Bebaya Melak. Perpindahan lokasi Pasar Olah Bebaya ini mengakibatkan perubahan pada pendapatan para pedagang dan hubungan antar pedagang. Perubahan yang terjadi pada pedagang Pasar Olah bebaya inilah yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik analisis data dalam metode ini ialah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Penelitian ini juga menggunakan *Tally*, yaitu menghitung jumlah atau frekuensi dari masing-masing jawaban. Landasan teori yang digunakan yaitu; Konsep Relokasi, Konsep Sosiologi Pasar, Perubahan Sosial dan Konsep Hubungan Sosial. Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu; (1) Perubahan pendapatan pedagang (2) Perubahan hubungan antar pedagang. Penentuan informan dalam penelitian ini dipilih secara *Purposive* yaitu pemilihan informan ditentukan sendiri oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa perpindahan lokasi Pasar Olah Bebaya Melak sangat memberikan dampak terhadap tingkat pendapatan para pedagang pasar, dikarenakan lokasi pasar baru lebih jauh dari pemukiman warga sehingga membuat para pembeli enggan untuk datang kepasar, hal ini menyebabkan pendapatan pedagang berkurang setengahnya dibandingkan ketika masih berjualan di lokasi pasar lama. Sedangkan untuk hal hubungan antar pedagang pasar tidak begitu mengalami perubahan yang signifikan seperti pendapatan. Poin hubungan pedagang yang diteliti adalah, konflik antar pedagang, persaingan antar pedagang, kerjasama antar pedagang, tingkat kenyamanan, dan sarana pra sarana di pasar baru.

Kata Kunci : Perpindahan Lokasi Pasar, Perubahan Sosial.

Pendahuluan

Pada Tahun 2011 Kabupaten Kutai Barat Kecamatan Melak dilanda kebakaran pasar yang manghasukan pasar Olah Bebaya, Kebakaran hebat yang melahap 500 petak Pasar Olah Bebaya dan 90 rumah penduduk Kampung Melak

¹ Mahasiswa Program S1 Sosiatri-Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: riskywahyudi@gmail.com

Ulu dan Melak Ilir Kecamatan Melak disaat warga sedang beristirahat, membuat tidak sempat lagi menyelamatkan seluruh harta benda namun yang paling utama menyelamatkan surat berharga saja. Akibat kebakaran yang berlangsung 4 jam ini telah meninggalkan kerugian yang cukup besar bagi warga korban kebakaran. Keberadaan Pasar Olah Bebaya ini merupakan salah satu dari berbagai sumber peningkatan perekonomian Kecamatan Melak, karena sebagian besar masyarakat menggantungkan hidupnya dari penghasilannya sebagai pedagang di Pasar Olah Bebaya ini. Ditambah dengah letaknya yang strategis Pasar Olah Bebaya sangat dekat dengan sungai Mahakam sehingga sangat ideal untuk para pemasok barang yang berdatangan dari luar daerah. Pasar Olah Bebaya merupakan pasar tradisional besar satu-satunya yang ada di Kecamatan Melak. Keberadaan Pasar Olah Bebaya ini merupakan salah satu dari berbagai sumber peningkatan perekonomian Kecamatan Melak, karena sebagian besar masyarakat menggantungkan hidupnya dari penghasilannya sebagai pedagang di Pasar.

Sebagian besar pedagang yang berjualan di Pasar Olah Bebaya itu berdomisili di Melak, khususnya Melak Illir. Mereka menggantukan nasib di pasar tersebut, sedangkan lokasi pasar sekarang berada di kampung mentiwan yang jaraknya terbillang cukup jauh dari kecamatan melak dengan jarak tempuh sekitar 5 kilometer dari pemukiman warga melak, hal ini membuat para pedagang yang biasanya berjualan di pasar yang lama mengalami kesusahan untuk berjualan di pasar yang baru, begitu pula dengan pembeli pasar olah bebaya yang cukup mengalami kesulitan untuk mendatangi pasar olah bebaya, dan juga ditambah dengan adanya pasar alternatif yang di bangun oleh pihak swasta yang letak lokasinya berada di perbatasan kelurahan melak ulu dan melak ilir, Pasar swasta ini dapat dijadikan alternatif sebagai tempat tujuan berbelanja kebutuhan sehari-hari, baik sayur mayur maupun ikan dan daging, karena lebih dekat untuk dijangkau oleh penduduk setempat ketimbang harus menuju Pasar Tradisional Pemerintah, yang lokasinya jauh dari pemukiman warga melak.

Pajak dan retribusi Pasar Olah Bebaya juga digunakan untuk kelangsungan kehidupan pemerintahan daerah, terutama untuk mendanai kegiatan-kegiatan yang berorientasi pada kesejahteraan rakyat. Dalam hal ini pungutan iuran dilakukan setiap awal bulan dari tanggal 3 hingga 8, ada juga sebagian pedagang yang tidak membayar iuran tepat pada waktu yang telah ditetapkan UPTP Pasar Olah Bebaya, namaun pembayaran yang terlambat oleh pedagang pasar terebut dibayar bulan berikutnya. Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Kutai Barat Nomor 16 Tahun 2017 Tentang Retribusi Pelayanan/Persampahan/Kebersihan, dalam hal wajib retribusi tidak membayar tepat waktu atau kurang, dikenakan sanksi administrasi berupa bunga 2% setiap bulan dari besaran retribusi yang terutang yang tidak atau kurang bayar dan ditagih dengan menggunakan surat tagihan Retribusi daerah.

Pasar Olah Bebaya merupakan pasar tradisional satu-satunya yang ada di Kecamatan Melak. Pasar Olah Bebaya terletak di jalan Kapten Tendean,

Kecamatan Melak, Kabupaten Kutai Barat, Kalimantan Timur, yang berdekatan dengan tepi sungai Mahakam. Dari kebakaran tersebut Pemerintah langsung mengambil tindakan dengan membangun lokasi pasar yang baru untuk memulihkan perekonomian pedagang Melak. Lokasi pasar adalah bekas yang lama, berdekatan langsung dengan sungai Mahakam di mana sungai Mahakam digunakan sebagai akses transportasi para pemasok barang dari luar daerah. Dengan demikian proses jual beli antara pemasok barang dengan pedagang lebih mudah. Pasar adalah bekas awalnya dipenuhi 500 pedagang namun untuk lokasi pasar yang baru tidak sampai 500 pedagang dikarenakan pasar dengan lokasi baru kurang peminat dan Masyarakat mengaku, berbelanja ke pasar yang baru sangat jauh.

Kerangka Dasar Teori

Relokasi

Menurut Musthofa (2011: 17) Lokasi dan tempat relokasi baru adalah faktor penting dalam perencanaan relokasi, karena sangat menentukan kemudahan menuju lahan usaha, jaringan sosial, pekerjaan, bidang usaha, kredit dan peluang pasar. Setiap lokasi mempunyai keterbatasan dan peluang masing-masing. Memilih lokasi yang sama baik dengan kawasan yang dahulu (tempat yang lama) dari segi karakteristik lingkungan, sosial budaya dan ekonomi akan lebih memungkinkan relokasi dan pemilihan pendapatan berhasil. Musthofa (2011: 17) Idealnya tempat relokasi baru sebaiknya secara geografis dekat dengan tempat lama asli untuk mempertahankan jaringan sosial dan ikatan masyarakat yang sudah baik.

Sosiologi Pasar

Sosiologi pasar dapat dirumuskan pengertiannya dengan dua cara. Pertama, sosiologi pasar dimengerti sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat dan pasar. Dalam hubungan tersebut, dapat dilihat bagaimana masyarakat mempengaruhi pasar. Juga sebaliknya, bagaimana pasar mempengaruhi masyarakat.

Kedua, sosiologi pasar didefinisikan sebagai pendekatan sosiologi yang diterapkan pada fenomena pasar. Dari definisi ini terdapat dua hal yang harus dijelaskan, yaitu pendekatan sosiologi dan fenomena pasar. (Damsar, Indrayani, 2018:58)

Konsep pasar

Pasar adalah keseluruhan permintaan dan penawaran barang, jasa, atau faktor produksi tertentu (Ritonga, dkk, 2007: 86). Brian Berry dalam bukunya *Geography of Market* (dalam Endrawanti, 2012: 80) menyatakan bahwa pasar adalah tempat dimana terjadi proses tukar menukar. Proses ini terjadi bila ada

komunikasi antara penjual dan pembeli dan diakhiri dengan keputusan untuk membeli barang tersebut. Pasar akan selalu mengalami perubahan terutama secara fisik, mengikuti tingkah laku penggunanya.

Pasar adalah kegiatan penjual dan pembeli yang melayani transaksi jual beli (Wicaksono, dkk, 2008). Menurut peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan dan toko modern, dalam Bab I ayat 2, bahwa pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, *mall*, *plasa*, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Secara umum, masyarakat mengenal dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Keduanya mempunyai ciri yang berbeda yang jika dilihat dari bangunan, tempat berjualan, dan sistem jual beli yang dilakukan. Pasar tradisional umumnya terdiri dari los atau tenda, tidak permanen, dan lingkungannya tidak nyaman karena becek, kotor, bau, dan tidak aman. Sedangkan pasar modern biasanya memiliki bangunan megah dan permanen, fasilitas memadai, nyaman, aman, banyaknya diskon yang ditawarkan, dan harga yang tercantum pasti (Izza, 2010: 4-5).

Dari pendapat yang dikemukakan oleh para ahli, maka dapat diambil pengertian bahwa pasar merupakan pertemuan antara permintaan dan penawaran barang dan jasa, tidak harus berwujud tempat seperti dalam pengertian sehari-hari.

Perubahan Sosial

Setiap kehidupan masyarakat manusia senantiasa mengalami perubahan-perubahan. Hal ini terjadi karena manusia mempunyai kepentingan-kepentingan yang berbeda. Perubahan ini adalah merupakan fenomena sosial yang wajar. Menurut Suwarsono (1991), bahwa kenyataan sosial selalu berada terus-menerus dalam proses perubahan. Demikian pula yang diungkapkan oleh Soekanto (2000), bahwa setiap masyarakat pasti pernah mengalami perubahan, ini disebabkan tidak adanya masyarakat yang hidup secara terisolasi mutlak. Perubahan sosial dari aspek ekonomi, merupakan proses berubahnya sistem di masyarakat yang meliputi perubahan kehidupan perekonomian masyarakat tersebut. Kingsley Davis mengartikan perubahan sosial sebagai perubahan yang terjadi dalam fungsi dan struktur masyarakat. Perubahan sosial dikatakannya sebagai perubahan dalam hubungan sosial (*social relationship*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial tersebut.

Hal tersebut meliputi perubahan mata pencaharian, perubahan penghasilan, bahkan sampai peningkatan taraf kehidupan yang lebih baik lagi. Para ahli sosiologi mempercayai bahwa, masyarakat manapun pasti mengalami perubahan berlangsung puluhan atau bahkan ratusan tahun yang lalu. Perbedaannya dengan yang terjadi di masa yang lalu adalah dalam hal kecepatannya, intensitasnya, dan

sumber-sumbernya. Perubahan sosial sekarang ini berlangsung lebih cepat dan lebih intensif, sementara itu sumber-sumber perubahan dan unsur-unsur yang mengalami perubahan juga lebih banyak. Perubahan-perubahan yang terjadi bisa merupakan kemajuan atau mungkin justru suatu kemunduran. Unsur-unsur yang mengalami perubahan biasanya adalah mengenai nilai-nilai sosial, norma-norma sosial, pola-pola perikelakuan, organisasi sosial, lembaga-lembaga kemasyarakatan, stratifikasi sosial, kekuasaan, tanggung jawab, kepemimpinan dan sebagainya.

Dalam masyarakat maju atau pada masyarakat berkembang, perubahan-perubahan sosial dan kebudayaan selalu berkaitan erat dengan ciri dan bentuk perekonomiannya. Sikap tertentu juga merintangi perubahan. Pembangunan ekonomi akan terhambat kecuali jika mau mempelajari sikap bekerjasama, mengkehendaki kemajuan, menghargai pekerjaan, dan sebagainya. Bahkan perubahan menjanjikan pemenuhan kebutuhan dasar seperti pemeliharaan kesehatan sekalipun, mungkin menghadapi rintangan karena sikap tradisional.

Konsep Hubungan Sosial

Bentuk Hubungan Sosial Salah satu sifat manusia adalah selalu ingin hidup bersama orang lain. Hidup bersama antara manusia dengan manusia, manusia dengan kelompok, mereka selalu ingin berhubungan satu sama lainnya. Dengan interaksi sosial yang terjadi antara pedagang barang harian dapat mengakibatkan hubungan kerja sama antara pedagang tersebut. Lebih lanjut John J. Macionis (John, 2008: 144) menyatakan bahwa interaksi sosial merupakan suatu proses dimana individu bertingkah laku dan bereaksi dalam hubungan dengan individu lain. Secara teori, setidaknya-tidaknya ada 2 syarat terjadinya interaksi sosial yakni: Interaksi sosial tidak terjadi begitu saja, tetapi ada syarat-syarat tertentu supaya interaksi sosial berlangsung. Syarat-syarat tersebut adalah adanya kontak sosial dan komunikasi (Soejono, 2001: 45).

Hubungan Sosial antara para pedagang di Pasar Olah Bebaya bisa dilihat dari aktivitas mereka sehari-hari dan saling berinteraksi dipasar tersebut. Hubungan social anantara pedagang dan pembeli di Pasar Olah Bebaya bisa kita lihat dari proses jual beli atau transaksi jual beli yang penjual dan pembeli lakukan di pasar tersebut. Hubungan social antara pedagang dan pemasok adalah bagaimana dan dimana pedagang mendapatkan stok barang dagangannya.

Adapun pola atau proses terajadinya hubungan sosial, ini antara lain adalah sebagai berikut;

1. Individu dengan individu, yang di dasari pada hubungan sosial secara pribadi
2. Individu dengan kelompok, biasanya dilakukan dalam kehidupan masyarakat
3. Kelompok dengan kelompok, yang bisa dilakukan melalui kejasama negara, ataupun dalam konflik sosial budaya dan ras di Indonesia.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sedangkan desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian studi kasus dalam arti penelitian ini difokuskan pada satu fenomena saja yang dipilih dan ingin dipahami mendalam, dengan mengabaikan fenomena-fenomena yang lainnya. Sesuatu dijadikan kasus biasanya karena ada masalah, kesulitan, hambatan, penyimpangan, tetapi bisa juga sesuatu dijadikan kasus meskipun tidak ada masalah, malahan dijadikan kasus karena keunggulan dan keberhasilannya. Kasus ini bisa berkenaan dengan perorangan, kelompok (kerja, kelas, sekolah, etnis, ras, agama, sosial, budaya, dll), keluarga, lembaga, organisasi, daerah/wilayah, masyarakat, dll. Studi kasus diarahkan pada mengkaji kondisi, kegiatan, perkembangan serta faktor-faktor penting yang terkait dan menunjang kondisi dan perkembangan tersebut.

Hasil Penelitian

Adapun mengenai Dampak Perubahan Lokasi Pasar Olah Bebaya terhadap Pendapatan dan Perubahan Sosial Pedagang di Pasar Olah Bebaya Kecamatan Melak Kabupaten Kutai Barat yang dijelaskan sebagai berikut:

Beberapa studi secara konsisten telah memperlihatkan bahwa pemilihan lokasi di dirikannya pasar berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang. Pasar membutuhkan lahan dan lokasi yang strategis. Apalagi aktivitas yang terjadi di pasar tersebut dan pentingnya peran pasar sebagai salah satu komponen pelayanan daerah yang berkaitan dengan kegiatan penunjang perekonomian daerah tersebut. Selaian itu struktur pasar menjadi ukuran penting dalam mengamati variasi perilaku dan kinerja industri, karena secara strategis dapat mempengaruhi kondisi persaingan serta tingkat harga barang dan jasa, pengaruh itu akhirnya sampai pada kesejahteraan masyarakat (*social-welfare*). Hasibuan (1993: 106).

Dengan letak yang strategis, akan lebih terjamin dalam proses jual-belinya daripada pasar yang letaknya kurang strategis. Dalam hal ini harus diperhatikan faktor-faktor penunjang pasar tersebut, seperti keramaian lalu lintas, kemungkinan tempat pemberhentian orang untuk berbelanja, keadaan penduduk di lingkungan sekitar pasar, keadaan parkir dan sebagainya. Dalam hal pemilihan lokasi pembangunannya, pasar tradisional sebaiknya didirikan bukan hanya dilokasi yang luas tetapi juga ramai. Pendirian pasar pada lokasi yang tidak ada aktivitas perdagangannya, tidak ramai orang atau penduduk, sangat sulit diharapkan dikunjungi oleh masyarakat. Sedangkan jumlah penduduk, pendapatan perkapita, distribusi, pendapatan dan kebijakan pemerintah juga sangat mempengaruhi penentuan lokasi suatu kegiatan (Djojodipuro, 1992).

Hal ini diperjelas dengan hasil wawancara diatas, berdasarkan teori dan penelitian-penelitian sebelumnya, lokasi sangat memegang peranan penting dalam percepatan pertumbuhan ekonomi suatu daerah, demikian juga dengan lokasi pasar sebagai pusat pembelanjaan bagi masyarakat.

Lokasi penjualan pedagang berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pedagang. Besarnya pendapatan rata-rata pedagang yang berlokasi di tempat strategis lebih besar dengan rata-rata pendapatan pedagang di tempat yang tidak strategis. Pedagang yang memiliki lokasi usaha tidak strategis yaitu lokasi berdagang yang tertutup dan tidak mudah dijangkau oleh pembeli, pedagang dengan lokasi usaha yang tidak strategis yaitu lokasi berdagang yang mudah dijangkau pembeli, mudah ditemukan pembeli dan bisa dilalui kendaraan bermotor.

Lokasi Pasar Olah Bebaya yang lama sebelum terjadi kebakaran terbilang cukup strategis, terletak dipinggir sungai dekat dengan pelabuhan dan terminal serta pemukiman penduduk sehingga pasar selalu ramai. Pasar Olah Bebaya dilokasi lama memiliki waktu operasi dari pagi hingga sore hari karena selalu ramai, bahkan ada beberapa toko yang masih berjualan hingga malam.

Berdasarkan konsep relokasi, dapat dijelaskan bahwa penentuan lokasi pasar juga mempengaruhi pendapatan pedagang. Semakin strategis lokasi yang ditempati maka pendapatan yang didapat pedagang akan semakin tinggi pula. Memilih lokasi yang sama baik dengan kawasan yang dahulu dari segi karakteristik, lingkungan, social budaya dan ekonomi akan lebih memungkinkan relokasi dan pemulihan pendaptan berhasil. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian (Hentiani. 2011) dimana lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sector informal di Kota Medan.

Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya (Dewi, 2010). Adapun faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan daerah berdagang adalah luas daerah, dapat dicapai dengan mudah, potensi pertumbuhannya, lokasi toko-toko saingan, arus pengunjung, jarak dari pemukiman dan fasilitas.

Perubahan-perubahan yang terjadi setelah lokasi pasar Olah Bebaya berpindah ada banyak, diantaranya ada yang positif dan negatif baik untuk pedagang, pembeli bahkan produsen. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa dampak negatif yang didapat para pedagang Pasar Olah Bebaya lebih banyak dibandingkan dampak positifnya.

Dampak-dampak negatif itu diantaranya adalah, jumlah pedagang atau kios yang berjualan di lokasi pasar baru ini mengalami penurunan dibandingkan lokasi pasar lama, di lokasi pasar yang lama kios yang aktif berjualan terdapat 500 buah kios sedangkan sekarang hanya terdapat 363 kios. Hal ini disebabkan banyak pedagang yang tidak lagi berjualan di pasar karena lokasi pasar yang jauh dari

rumah mereka, sehingga mereka lebih memilih membuka warung atau kios di depan rumah atau menyewa tempat di daerah-daerah dekat pemukiman atau pasar lama dengan alasan jarak pasar baru yang jauh dan sepi.

Dampak negatif lainnya adalah, waktu operasi pasar yang lebih singkat. Saat berada di lokasi pasar yang lama, kebanyakan kios yang berjualan di pasar beroperasi sampai malam karena keadaan pasar yang dekat dengan pelabuhan, terminal dan pemukiman, sehingga suasana pasar masih ramai walau sudah malam. Pelabuhan menjadi alasan utama kenapa para pedagang membuka kiosnya lebih lama, banyak kapal barang maupun kapal penumpang yang datang tengah malam sehingga dagangan mereka laku dijam-jam itu. Lokasi pasar baru yang jauh dari pelabuhan dan pemukiman bahkan bisa dibidang dekat dengan hutan membuat para pedagang enggan membuka kiosnya hingga sore, paling maksimal hanya hingga jam 3 sore.

Proses pendistribusian dan pemasokan barang pun menjadi terkendala karena jarak pasar yang jauh ini. Seperti sudah dijelaskan di atas, lokasi pasar lama yang dekat dengan pelabuhan dan terminal memudahkan proses pendistribusian barang ke kios-kios. Karena, sebagian besar barang-barang yang dijual di Melak berasal dari Samarinda sehingga proses pengiriman barangnya menggunakan kapal atau truck, tapi sebageian besar pedagang memilih menggunakan kapal karena biaya transportasi yang lebih murah walau memakan waktu yang lebih lama. Jika menggunakan truck atau jalur darat membutuhkan waktu kurang lebih 8 sampai 10 jam, sedangkan menggunakan kapal atau jalur air membutuhkan waktu 20 jam. Lokasi pasar yang jauh membuat para pedagang harus mengeluarkan biaya transportasi yang ekstra.

Jumlah pembeli dan pendapatan yang menurun menjadi setengahnya merupakan dampak negative lainnya dari perpindahan lokasi pasar ini. Para pembeli malas jauh-jauh ke pasar baru ini karena jarak yang ada, tapi hal ini membuka peluang-peluang baru bagi beberapa pedagang sayur keliling atau pedagang-pedagang yang membuka kios di dekat pemukiman warga. Ini bisa dibidang dampak positif dari perpindahan lokasi pasar ini, banyak pembeli yang memilih untuk menunggu pedagang-pedagang sayur keliling lewat untuk berbelanja, walau resikonya harga yang lebih mahal atau ragam dan ketersediaan barang yang terbatas.

Dampak positif lainnya untuk para pedagang adalah mereka memiliki hubungan yang lebih erat baik dalam hal kerja sama dan emosional, dikarenakan kesamaan nasib. Kerjasama di sini terlihat dari cara mereka yang rutin mengadakan arisan dan pertemuan tiap minggunya. Para pedagang juga saling membantu menjaga kios jika ada pedagang lain yang terpaksa harus pulang untuk mengurus sesuatu, mereka saling menitipkan kios mereka. Sepinya pasar juga menyebabkan para pedagang makin giat dan gencar berkompetisi dalam menjual dan mempromosikan barang dagangannya.

Bentuk Hubungan Sosial Salah satu sifat manusia adalah selalu ingin hidup bersama orang lain. Hidup bersama antara manusia dengan manusia, manusia dengan kelompok, mereka selalu ingin berhubungan satu sama lainnya. Dengan interaksi sosial yang terjadi antara pedagang barang harian dapat mengakibatkan hubungan kerja sama antara pedagang tersebut.

Setiap hubungan dalam kehidupan bermasyarakat selalu mengalami perubahan karena setiap orang memiliki kepentingan yang berbeda-beda. Perubahan ini adalah fenomena yang wajar. Hubungan dalam kehidupan bermasyarakat sangatlah penting begitupula dalam sebuah lingkungan pasar agar suasana pasar atau perdagangan menjadi kondusif. Hubungan antar pedagang yang harmonis akan membuat pasar menjadi tempat yang menyenangkan untuk berbelanja.

Dilihat dari sosiologi pasar, lokasi atau tempat merupakan salah satu titik perhatian penting kajian dalam sosiologi pasar. Tempat pasar, kata Mei dan Buchholz (1990: 2), dapat dipandang sebagai cermin dari kompleksitas sosial. Tempat pasar oleh sebab itu, mengandung berbagai informasi tentang barang yang diperdagangkan, tipe pedagang, perusahaan, pengelola pasar dan pembeli. Tempat pasar merupakan arena interaksi sosial, budaya, ekonomi, agama, dan politik yang nyata dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi sosial merupakan inti dari (dinamika) kehidupan manusia, termasuk dinamika pasar. Tempat pasar merupakan arena bagi berlangsungnya interaksi sosial. Dalam interaksi sosial ditempat pasar terjadi pula interaksi budaya, yaitu adanya saling hubungan antara actor pasar yang mengemban budaya yang dimiliki. Tempat pasar tidak pernah melakukan diskriminasi terhadap siapa saja yang ingin melakukan permintaan dan penawaran, sepanjang syarat dan ketentuan suatu tempat pasar itu dipenuhi. Sehingga dalam proses bisnis di tempat pasar, siapa saja dari latar belakang etnis, agama, daerah, bahasa, dan lingkungan yang berbeda bebas berinteraksi.

Interaksi ekonomi di tempat pasar merupakan salah satu tujuan utama dari pedagang atau penjual pergi ke pasar, yaitu untuk meraih keuntungan atau mendapatkan barang dan jasa dengan harga yang murah atau pantas bagi pembeli.

Perbedaan pendekatan antara ekonomi dan sosiologi terhadap pasar membuka peluang untuk melakukan kerja sama. Ekonom melihat pasar pada bagaimana harga tercipta dan pasar sebagai suatu institusi yang khas yang memiliki perangkatnya sendiri dan dipadukan dengan pandangan sosiolog yang melihat pasar sebagai suatu arena pertukaran lewat persaingan terhadap kesempatan. Persaingan tersebut merupakan suatu bentuk konflik yang damai atau konflik yang tidak langsung (Simmel, [1908] 1964). Dengan kerjasama ini, mungkin permasalahan pasar yang semakin kompleks dapat lebih tajam dipahami jika hanya dari satu sudut ilmu, ekonomi saja misalnya.

Dilihat dari bentuknya, perpindahan pasar Olah Bebaya ini masuk kedalam kategori **perubahan yang tidak dikehendaki (unitended-change) atau**

perubahan yang tidak direncanakan (*unplanned-change*), karena sejak awal memang tidak pernah direncanakan untuk memindahkan lokasi pasar. Pasar Olah Bebaya ini terpaksa dipindahkan karena lokasi awal pasar yang mengalami kebakaran dan menghancurkan seluruh kios yang ada.

Perubahan yang tidak direncanakan biasanya berupa perubahan yang tidak dikehendaki oleh masyarakat. Perubahan tidak berencana berlangsung di luar perkiraan dan jangkuan masyarakat. Perubahan ini sering membawa masalah-masalah yang memicu kekacauan atau kendala dalam masyarakat. Perubahan tidak berencana biasanya lebih banyak menimbulkan pertentangan. Contohnya saja yang dialami pedagang Pasar Olah Bebaya ini, yang mana perpindahan lokasi pasar di lakukan terpaksa karna kebakaran. Perpindahan lokasi yang lebih jauh dari lokasi awal menyebabkan banyak pedagang yang mengeluhkan karena jauh dari pemukiman sehingga sepi pengunjung.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Dampak perubahan lokasi Pasar Olah Bebaya Melak dari lokasi yang lama ke lokasi yang baru memiliki dampak negatif yang lebih besar terhadap kondisi ekonomi pedagang, hal ini dapat dilihat dari perubahan pendapatan pedagang, dimana terjadi penurunan pendapatan saat di lokasi pasar yang baru. Pendapatan pedagang di lokasi pasar yang baru berkurang menjadi setengahnya dibandingkan saat di lokasi pasar lama.
2. Dampak relokasi pasar terhadap masalah sosial atau hubungan pedagang tergolong menjadi dua, yaitu dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif tersebut yaitu hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang menyatakan hubungan mereka paska relokasi semakin baik, kerjasama yang terjalin baik, dan juga dengan adanya relokasi pasar bisa menambah rekan dan pedagang yang awalnya tidak saling mengenal kini menjadi kenal dan akrab, sedangkan dampak negatifnya adalah pedagang menyatakan bahwa mereka tidak merasa nyaman selama berdagang di lokasi pasar baru, karena pengunjung yang sepi yang diakibatkan karena kondisi jalan pasar yang rusak, dan juga lokasi pasar yang jauh dari pemukiman, mempengaruhi kedatangan pembeli.

Saran

1. Bagi pemerintah Kecamatan Melak, sebaiknya mengkaji kembali keputusan untuk memindahkan lokasi Pasar Olah Bebaya ini, apalagi melihat dari dampak yang akan ditimbulkan dari perpindahan lokasi pasar tersebut, agar pedagang tidak menjadi resah dan mengeluh, dan menyiapkan lokasi yang lebih strategis untuk para pedagang, dengan posisi kios yang bisa dijangkau pembeli agar pendapatan para pedagang tidak merosot.

2. Bagi UPTD Pasar Olah Bebaya selaku pihak pengelola Pasar Olah Bebaya, sebaiknya bisa menjembatani masalah pedagang mengenai keluhan mereka terhadap relokasi dengan memberikan arahan-arahan dengan baik dan transparan, sehingga para pedagang bisa lebih sabar dan lebih mengerti lagi mengenai tujuan relokasi pasar.

Daftar Pustaka

- Buchholz, Todd G, 1990. *New Ideas From Dead Economist*. New York: Penguin Books.
- Damsar. Indrayani. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2002)
- Damsar. Indrayani. *Pengantar Sosiologi Pasar*. Jakarta, Prenadamedia Group, 2018
- Endrawanti, S. 2012. Dampak relokasi pasar (studi kasus di pasar Sempangan kota Semarang) *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*
- Hasibuan S.P. *Malayu, Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, Gunung Agung, 1997
- Hentiani. 2011. Analisis Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Di Kabupaten Gianyar”. Denpasar: *Skripsi Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Udayana*
- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Izza, Nahdliyul. 2010. Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pengaruh Ambarukmo Plaza Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Desa Caturtunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta). Yogyakarta : Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Macionis, John J. 2009. *Society: The Basic*. New Jersey: Pearson Education
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya
- Musthofa, Z. 2011. *Evaluasi Pelaksanaan Program Relokasi Pemukiman Kumuh (Studi Kasus: Program Relokasi Pemukiman di Kelurahan Pucang Sawit Kecamatan Jebres Kota Surakarta)*. Skripsi. Surakarta: Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret
- Muhamad, Teguh., (2010), *Ekonomi Industri*, Cetakan Ke-1, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ritonga, dkk. *Pelajaran Ekonomi Jilid 1*. (Jakarta: Erlangga, 2007)
- Setyaningsi, Ayu (2014). *Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pasar Satwa Kasus Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta (Pasty)* Universitas Atma Jaya Yogyakarta: *Ekonomi Pembangunan*, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya

- Soekanto, Soerjono. 2000. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soekanto, Soerjono, 2009. *Sosiologi Keluarga*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Soekanto, Soerjono. 2001. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Suwarsono dan Alvin Y. So., (1991), “Perubahan Sosial dan Pembagunan di Indonesia”, Jakarta: LP3ES.
- Sztompka, Piotr. 1993. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Prenada Media
- Wicaksono, L. N, dkk. 2008. Persepsi Pedagang Pasar terhadap Program Perlindungan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Kota Semarang (Studi Kasus Pedagang Pasar Peterongan Semarang Selatan).*Jurnal Ilmu Pemerintahan Universitas Diponegoro*

Jurnal:

- Ayuningsasi, Anak Agung Ketut. 2010. *Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Kota Denpasar (Studi Kasus Pasar Sudha Merta Desa Sidakarya)*.*Jurnal Piramida*.7 (1) available at: ejournal.unud.ac.id/
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 70/M-DAG/PER/12/2013 *Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*.
- Peta Kutai Barat dan Denah Pasar Olah Bebaya : Badan Lingkungan Hidup Kabupaten Kutai Barat.