

RELOKASI PKL DAN RESPON KONSUMEN TERHADAP KONDISI SOSIAL EKONOMI PASAR MINI DATAH MANUAH, KOTA PALANGKA RAYA

Grace Hutagalung¹, Andrie Elia², Elia³

Universitas Palangka Raya ^{1,2,3}

Email:gracehtg7@gmail.com

Abstract

This study aims to examine how the policy of relocating street vendors to Datah Manuah Mini Market affects the social and economic conditions of the market and how consumers view the changes that have taken place. This study uses a descriptive qualitative approach involving five consumer informants through in-depth interviews, observations, and document collection. The results show that the relocation of vendors has had a positive impact on the cleanliness, order, and layout of the market. However, this relocation also caused new problems, such as a decrease in the number of visitors, a less strategic market location, and a lack of facilities such as lighting. Socially, the relationship between vendors and consumers still exists, but the intensity of interaction between the two has decreased dramatically because the market feels emptier. Economically, the vendors' income has decreased significantly, affecting the continuity of their businesses. Consumer perceptions of this relocation policy vary, ranging from supporting the city's development goals to criticizing the accessibility and atmosphere of the market, which did not exist before. These findings indicate that the success of the relocation policy depends on social and economic factors and how consumers understand these changes, as explained in Max Weber's Social Action Theory.

Keywords: Relocation of street vendors, consumer perceptions, socioeconomic conditions, Weber's social action, Palangka Raya.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana kebijakan relokasi pedagang kaki lima ke Datah Manuah Mini Market mempengaruhi kondisi sosial dan ekonomi pasar, serta bagaimana konsumen memandang perubahan yang telah terjadi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang melibatkan lima informan konsumen melalui wawancara mendalam, observasi, dan pengumpulan dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa relokasi pedagang telah memberikan dampak positif terhadap kebersihan, ketertiban, dan tata letak pasar. Namun, relokasi ini juga menimbulkan masalah baru, seperti penurunan jumlah pengunjung, lokasi pasar yang kurang strategis, dan kurangnya fasilitas seperti penerangan. Secara sosial, hubungan antara pedagang dan konsumen masih ada, tetapi intensitas interaksi antara keduanya menurun drastis karena pasar terasa lebih sepi. Secara ekonomi, pendapatan pedagang menurun secara signifikan, yang mempengaruhi kelangsungan usaha mereka. Persepsi konsumen terhadap kebijakan relokasi ini bervariasi, mulai dari mendukung tujuan pengembangan kota hingga mengkritik aksesibilitas dan atmosfer pasar yang sebelumnya tidak ada. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan kebijakan relokasi bergantung pada faktor sosial dan ekonomi serta bagaimana konsumen memahami perubahan ini, sebagaimana dijelaskan dalam Teori Tindakan Sosial Max Weber.

Kata kunci: Relokasi pedagang kaki lima, persepsi konsumen, kondisi sosial ekonomi, tindakan sosial Weber, Palangka Raya.

[[Submitted: 03 Desember 2025

[[Accepted: 04 Februari 2026

[[Published: 05 Februari 2026

10.30829/jisa.v%vi.i.27941

PENDAHULUAN

Di berbagai kawasan perkotaan di Indonesia, perkembangan sektor informal, termasuk pedagang kaki lima (PKL), memainkan peran penting dalam dinamika sosial-ekonomi masyarakat. PKL berperan sebagai penyedia kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau, akses mudah, dan beragam produk yang seringkali tidak tersedia di pusat perbelanjaan modern (Ilmu et al., 2023). Keberadaan PKL juga mencerminkan bagaimana komunitas beradaptasi dengan perubahan ekonomi dan keterbatasan peluang kerja formal, menjadikan sektor ini sebagai alternatif sumber penghidupan. Pedagang kaki lima merupakan kelompok wirausaha yang beroperasi di sektor informal, di mana mereka biasanya menempati trotoar atau pinggir jalan sebagai lokasi berjualan. Secara umum, mereka menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat, seperti bahan pangan pokok, mainan anak-anak, dan beberapa jenis layanan praktis dan mudah diakses. Aktivitas ini seringkali menjadi bagian penting dari dinamika ekonomi lokal, memberikan kemudahan bagi konsumen yang mencari solusi cepat untuk kebutuhan sehari-hari mereka (Ruchendi & Ap, 2019). Relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL) berarti memindahkan para pedagang dari tempat asal mereka ke lokasi yang telah disiapkan oleh pemerintah guna menciptakan ketertiban, kenyamanan, dan keadilan (Sasoko et al., 2024).

Namun, pertumbuhan PKL yang tidak terkendali seringkali menimbulkan masalah baru, seperti penggunaan ruang kota yang tidak terkendali, kemacetan lalu lintas, ketertiban yang terganggu, dan konflik kepentingan antara masyarakat, pemerintah, dan pelaku usaha lainnya. Situasi ini telah mendorong munculnya berbagai kebijakan perencanaan kota di berbagai tempat, bahkan relokasi pedagang kaki lima juga di lakukan sebagai upaya dalam penataan kota. Khusus nya di Pasar Mini Datah Manuah, Palangka Raya. Dalam upaya mengatur pedagang kaki lima, kebijakan relokasi sering menjadi opsi utama yang diadopsi oleh pemerintah daerah kalimantan tengah. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Palangka Raya mengimplementasikan Penataan Pedagang Kaki Lima dengan mengeluarkan Peraturan Daerah Kota Palangka Raya Nomor 13 tahun 2009 yang mengatur, menertibkan, dan mengawasi Pedagang Kaki Lima (Muhammadiyah et al., 2009). Tujuannya adalah untuk menciptakan Kota Palangka Raya yang indah, teratur, bersih, aman, dan nyaman. Berbagai langkah telah diambil oleh Satpol PP Kota Palangka Raya untuk menertibkan Pedagang Kaki Lima yang melanggar aturan, termasuk melakukan pembongkaran secara paksa setelah beberapa kali memberikan instruksi agar pindah ke lokasi yang telah disediakan oleh pemerintah Kota Palangka Raya. Namun, implementasi relokasi tidak selalu berjalan lancar karena sangat bergantung pada penerimaan masyarakat, terutama dari konsumen yang telah lama berinteraksi

dengan pedagang kaki lima. Konsumen memainkan peran penting karena kehadiran mereka menentukan kelangsungan ekonomi pedagang setelah relokasi. Menurut (Nasution et al., 2024) Konsumen memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga keseimbangan di pasar yang sempurna. Melalui interaksi langsung dengan produsen melalui aktivitas konsumsi, pilihan pembelian yang dibuat oleh konsumen secara signifikan mempengaruhi dinamika pasar. Perubahan lokasi seringkali mengubah pola konsumsi, minat untuk mengunjungi, kemudahan akses, dan persepsi terhadap kualitas layanan pedagang. Jika konsumen merasa lokasi baru tidak memuaskan, kurang strategis, atau sulit dijangkau, maka penurunan kunjungan dapat terjadi, yang secara langsung mempengaruhi pendapatan pedagang.

Masalah timbul ketika relokasi yang bertujuan untuk meningkatkan ketertiban kota justru menimbulkan dampak sosial ekonomi baru yang tidak terduga. Salah satu masalah utama adalah bagaimana pedagang dan konsumen menilai atau memandang kebijakan tersebut. Persepsi konsumen sangat mempengaruhi kelangsungan usaha pedagang kaki lima di lokasi baru, karena keputusan mereka untuk terus membeli atau beralih ke pedagang lain didasarkan pada pengalaman dan pandangan mereka terhadap perubahan lokasi. Jika persepsi konsumen negatif seperti menganggap lokasi baru kurang strategis, tidak nyaman, jauh dari pusat aktivitas, atau sulit diakses hal ini dapat menghambat kesuksesan kebijakan relokasi. Oleh karena itu, memahami persepsi konsumen sangat penting agar kebijakan relokasi tidak hanya bermanfaat dalam hal perencanaan kota, tetapi juga memberikan dampak ekonomi yang berkelanjutan.

Ditemukan beberapa penelitian terdahulu dengan judul “Persepsi Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian Terhadap Produk Sehat Di Asri Organik- Sehat Tambakrejo Jombang”. Menjelaskan tentang produk kesehatan, khususnya produk organik dari Asri Organik Sehat, bertujuan untuk menggambarkan karakteristik konsumen, tahap pengambilan keputusan pembelian, dan persepsi konsumen dengan menerapkan analisis deskriptif berdasarkan data dari 40 responden melalui sumber primer dan sekunder (Suhartini et al., 2020).

Selanjutnya penelitian yang berjudul “Analisis persepsi pedagang pada relokasi pasar tradisional baru di desa pesuguan kanan kabupaten ketapang”. Menjelaskan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pandangan para pedagangan mengenai pemindahan pasar tradisional yang baru di desa pasuguan kanan,kabupaten ketapang. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua pedagang bersedia untuk berpindah ke pasar tradisional yang baru (Susanti & Hidayah, n.d.).

Selain itu penelitian yang membahas tentang “Persepsi pedagang dan konsumen terhadap

keberedaan pasar klithikan niten kabupaten bantul". Penelitian ini bertujuan untuk memahami pandangan para pedagangan dan pelanggan mengenai kenyamanan, keamanan, dan aksesibilitas. Hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada upaya peningkatan fasilitas pasar (W, n.d.).

Dari beberapa penelitian sebelumnya, belum ada yang meneliti bagaimana relokasi PKL mempengaruhi kondisi sosial ekonomi Pasar Mini Datah Manuah dan bagaimana persepsi konsumen terhadap kebijakan relokasi pedagang kaki lima. Oleh karena itu penelitian ini berbeda dari studi sebelumnya karena lebih menekankan pada kebijakan relokasi mempengaruhi kondisi sosial ekonomi pasar dan pandangan konsumen mengenai kebijakan pemindahan pedagang kaki lima, dimana konsumen menjadi fokus utama yang terpengaruh oleh perubahan tersebut. Pandangan mereka meliputi bagian dari aksesibilitas, kualitas produk, serta efek sosial ekonomi. misalnya peningkatan kenyamanan lingkungan dibandingkan dengan ketidaknyamanan akibat jarak tempuh yang lebih jauh atau kenaikan harga barang. Melalui metode survei dan wawancara, penelitian ini mengidentifikasi variasi respons yang tergantung pada demografi konsumen, dengan harapan memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih inklusif.

Namun, Pasar Mini Datah Manuah sebagai lokasi baru memiliki karakteristik yang berbeda dari lokasi sebelumnya, terutama dalam hal aliran pengunjung, aksesibilitas, dan daya tarik lingkungan. Hal ini menyebabkan konsumen, sebagai pihak yang paling sering berinteraksi dengan pedagang kaki lima, juga merasakan dampak relokasi. Beberapa konsumen mungkin merasa lokasi baru lebih rapi dan terorganisir, namun yang lain mungkin menganggapnya kurang strategis, sehingga mengurangi minat mereka untuk berkunjung. Pengalaman yang beragam ini telah menghasilkan persepsi yang berbeda-beda di kalangan konsumen. Persepsi konsumen terhadap kebijakan relokasi tidak hanya mencerminkan pendapat mereka, tetapi juga menunjukkan keberhasilan atau kegagalan kebijakan tersebut di lapangan. Jika kunjungan menurun setelah relokasi, hal ini tidak hanya merugikan pedagang tetapi juga menunjukkan kesenjangan antara perencanaan dan realitas implementasi kebijakan. Oleh karena itu, penelitian diperlukan untuk memahami persepsi konsumen ini.

Landasan teori dalam studi ini berfokus pada Teori Tindakan Sosial yang diajukan oleh Max Weber sebagai kerangka penting untuk memahami bagaimana relokasi PKL mempengaruhi kondisi sosial ekonomi Pasar Mini Datah Manuah dan bagaimana konsumen memberikan arti pada kebijakan pemindahan pedagang kaki lima di pasar minih datah manuah. Weber mengemukakan bahwa setiap perilaku manusia dipicu oleh makna subjektif yang di pahami secara individu (Teori et al., n.d.). Dalam konteks penelitian ini, pandangan konsumen tentang

pemindahan apakah dianggap lebih nyaman, lebih rapi, atau bahkan kurang strategis yang merupakan menafsirkan wujud dari tindakan sosial.Pilihan konsumen untuk terus berbelanja,mengurangi jumlah kunjungan,atau tidak mengunjungngi sama sekali dapat dilihat sebagai rasioanal yang di pengaruhi oleh tujuan,nilai,kebiasaan dan emosi, sesuai dengan kategori tindakan sosial yang di defenisikan oleh Weber.Oleh karena itu, teori Weber berfungsi sebagai landasan untuk menjelaskan bagaimana pengalaman, kebiasaan di lokasi sebelumnya, serta penilaian terhadap sarana baru memengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja dan bagaimana kebijakan tersebut mempengaruhi tindakan sosial ekonomi di pasarteresebut.

Di samping itu, penelitian ini juga menerapkan teori persepsi untuk menggali bagaimana konsumen memaknai perubahan di lingkungan pasar setelah pemindahan. Persepsi ini di pengaruhi oleh pengealaman sebelumnya,harapan, kebutuhan, serta kondisi fisik yang mereka hadapi. Konsumen yang merasa lokasi baru lebih bersih dan tertata senderung membangun persepsi positif,sementara bagi mereka yang menilai pasar baru kurang pencahayaan, sepi, atau sulit dijangkau, akan membentuk persepsi yang negatif. Proses persepsi ini kemudian membentuk sikap dan preferensi konsumen terhadap lokasi baru tersebut. Teori perilaku konsumen juga memperkuat analisis ini dengan menjelaskan bahwa faktor lingkungan,fasilitas pasar, kenyamanan, serta kemudahan akses merupakan elemen krusial dalam mengambil keputusan berbelanja. Transformasi lingkungan pasar akibat pemindahan secara langsung memengaruhi pola konsumsi masyarakat.

Pemindahan ini tidak hanya berfungsi untuk memindahkan para pedagang ke tempat baru, tetapi juga mempengaruhi arus pengunjung, pola interaksi sosial, serta kegiatan ekonomi di area tersebut. Pasar Mini Datah Manuah sebagai kawasan ekonomi yang baru menghadapi kendala seperti penurunan jumlah pengunjung dan kurangnya terlihatnya pasar, yang memerlukan penyesuaian dari pembeli maupun penjual. Dengan demikian, landasan teori ini bermanfaat untuk memahami bahwa relokasi bukan hanya sebuah kebijakan dalam penataan ruang. melainkan juga merupakan sebuah proses sosial yang rumit, di mana pandangan konsumen menjadi elemen utama dalam kesuksesan atau kegagalan kebijakan tersebut.

Dengan demikian, Penelitian ini penting karena memberikan wawasan yang lebih dalam tentang dinamika sosial ekonomi yang timbul dari kebijakan relokasi PKL di Pasar Mini Datah Manuah.Temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah mengevaluasi implementasi kebijakan relokasi agar lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat, baik pedagang maupun konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam merancang kebijakan pengelolaan pedagang kaki lima yang lebih manusiawi, strategis, dan berkelanjutan.

Dengan memahami persepsi konsumen, pemerintah dan pengelola pasar dapat mengidentifikasi kelemahan dan potensi perbaikan di lokasi baru.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara dalam bagaimana para konsumen memandang kebijakan relokasi ke Pasar Mini Datah Manuah Kota Palangka Raya. Menurut Moleong (2005:4) Proses penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap awal dimulai dengan mengamati langsung kondisi pasar setelah relokasi, meliputi kegiatan para pedagang, perilaku konsumen, serta kondisi fisik lingkungan pasar. Langkah berikutnya adalah melakukan wawancara mendalam dengan orang yang diwawancarai untuk mendapatkan informasi mengenai pengalaman dan pandangan mereka tentang kebijakan pindah tempat tinggal. Selain itu, para peneliti juga mengumpulkan berbagai dokumen seperti foto, catatan lapangan, dan berkas-berkas pendukung sebagai bahan tambahan yang membantu memperkuat hasil penelitian. (*Data Primer, Yaitu Data Yang Diperoleh Dari Hasil Wawancara Secara Dan Pengamatan Secara Mendalam Kepada Para Informannya*, 2005).

Informan dalam penelitian ini adalah para pedagang kaki lima serta konsumen yang berjualan dan berbelanja di Pasar Mini Datah Manuah. Pemilihan informan dilakukan dengan cara kualitatif, menggunakan metode pengambilan sampel non-probability, di mana informan dipilih berdasarkan situasi di lapangan karena mereka secara langsung terlibat dalam kegiatan pasar dan bersedia memberikan informasi. Jumlah informan tidak ditentukan dari awal, melainkan disesuaikan berdasarkan kebutuhan penelitian hingga data cukup, yaitu saat informasi yang didapat mulai berulang dan tidak ditemukan lagi data baru yang penting.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif, yang dilakukan dalam tiga tahap, yaitu mengurangi data, menyajikan data, dan membuat kesimpulan. Proses pengurangan data dilakukan dengan cara memilih dan memusatkan informasi dari hasil wawancara, pengamatan, serta dokumentasi sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Data yang sudah disederhanakan kemudian disajikan dalam bentuk penjelasan yang mendeskripsikan agar lebih mudah dipahami. Tahap terakhir adalah membuat kesimpulan, yaitu menyusun arti dan hasil penelitian berdasarkan pola-pola yang terlihat dari data yang sudah dianalisis.

Metode kualitatif ini juga memungkinkan peneliti melihat relokasi bukan hanya sebagai kebijakan dari pemerintah, tetapi juga sebagai proses sosial yang melibatkan kehidupan dan penyesuaian para konsumen di tempat baru. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada

Bagaimana pengalaman berbelanja konsumen di lokasi baru ini dibandingkan dengan sebelumnya dan Bagaimana persepsi konsumen tentang aksesibilitas dan kenyamanan di Datah Manuah Mini Datah Manuah. Selain itu, dokumentasi akan memperkuat temuan dengan bukti dari dokumen resmi berupa foto, rekaman video, dan berkas-berkas terkait kebijakan relokasi tersebut. Dokumen-dokumen ini akan dikumpulkan sebagai bukti pendukung hasil penelitian serta bukti empiris dari kondisi yang diamati.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan Relokasi

1. Kondisi Pasar Sebelum Relokasi

Pasar tradisional merupakan bagian penting dalam perekonomian lokal, sering kali berfungsi sebagai pusat perdagangan, interaksi sosial, dan budaya kusus nya di Pasar Mini Datah Manuah.Pasar Mini Dadah Manuah merupakan pasar yang sudah lama terbengkalai dan sepi pengunjung. Pasar Datah Manuah didirikan pada era kepemimpinan Bapak Letnan Kolonel INF Kadiyoto pada tahun 1980, dengan nama awal Pasar Mini Tanjung Nyahu. Kemudian, pada tahun 1986, Pasar Mini Tanjung Nyahu direvitalisasi oleh Bapak Drs. Lukas Tingkes yang saat itu menjabat sebagai Wali Kota Palangka Raya, dan nama pasar tersebut diubah menjadi Pasar Datah Manuah. Pasar Datah Manuah secara jelas tergolong dalam kategori pasar tradisional (Jannah, 2021). Yang di mana Pasar Mini Datah Manuah ini juga menjadi tempat kegiatan kebijakan relokasi pedagang kaki lima yang di lakukan oleh pemerintah kota palangka raya.

Sebagai lembaga sosial, Pasar Mini Datah Manuah bukan hanya tempat untuk membeli dan menjual barang, tetapi juga tempat untuk interaksi sosial, membangun kepercayaan, dan melestariakan nilai-nilai lokal yang telah lama ada. Pasar tradisional biasanya menciptakan hubungan sosial yang informal namun erat, di mana pedagang dan pembeli tidak hanya bertukar barang tetapi juga berkomunikasi satu sama lain, membangun ikatan emosional, dan saling mendukung berdasarkan adat istiadat yang telah lama ada. Dalam konteks ini, Pasar Mini Datah Manuah berfungsi sebagai ruang sosial yang menghubungkan berbagai kelompok, mulai dari pedagang kecil dan pembeli hingga pemangku kepentingan lokal yang menganggap pasar sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Ketika pasar sebagai institusi telah menjadi bagian organik dari kehidupan masyarakat, kebijakan relokasi dapat dilihat sebagai bentuk intervensi eksternal yang berpotensi mengganggu keseimbangan sosial yang telah lama terbentuk.

Kebijakan relokasi pedagang kaki lima yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Palangka

Raya dapat dipahami sebagai bentuk intervensi negara dalam ekonomi informal yang telah berkembang secara mandiri. Pedagang kaki lima biasanya beroperasi menggunakan model ekonomi rakyat, yang fleksibel, cepat beradaptasi, dan sangat bergantung pada kerumunan dan kepraktisan lokasi. Dengan intervensi melalui relokasi, mekanisme formal masuk ke ruang ekonomi informal, sehingga mengubah struktur, pola interaksi, dan strategi pedagang untuk bertahan hidup. Relokasi tidak hanya memindahkan pedagang dari satu tempat ke tempat lain, tetapi juga mengubah dinamika hubungan sosial, jaringan pelanggan, dan bahkan modal sosial yang telah dibangun sebelumnya. Dalam banyak kasus, termasuk di Pasar Mini Datah Manuah, intervensi negara ini seringkali memiliki konsekuensi yang terlihat, seperti ketidak cocokan antara rencana pemerintah dan kebutuhan nyata pedagang, terutama dalam hal keramaian dan potensi pasar.

Penerapan relokasi yang dilakukan oleh pemerintah telah mengubah dinamika pasar, terutama dalam hal ukuran kerumunan, kemudahan akses, dan kelangsungan usaha bagi para pedagang. Penurunan jumlah pembeli, penurunan omzet, dan munculnya cara-cara baru bagi pedagang untuk beradaptasi merupakan contoh jelas bahwa relokasi tidak selalu sejalan dengan kebutuhan dan realitas ekonomi pedagang informal. Oleh karena itu, hasil pembahasan ini menekankan pentingnya pemerintah memperhatikan aspek-aspek sosial-ekonomi, serta pandangan masyarakat dan struktur hubungan antar pedagang saat merancang kebijakan perencanaan ruang ekonomi, sehingga relokasi tidak hanya menciptakan ketertiban fisik tetapi juga mendukung keberlanjutan ekonomi komunitas yang bergantung pada pasar tradisional.

Kondisi Sosial-Ekonomi Pasar

1. Kondisi sosial

Kondisi sosial di Pasar Mini Datah Manuah setelah pindah lokasi menunjukkan perubahan yang cukup rumit, terutama dalam hal cara pedagang dan pembeli saling berinteraksi. Meskipun lokasi pasar berubah secara signifikan, hubungan sosial antara mereka tetap berjalan dengan baik dan tidak terganggu. Para pedagang masih menggunakan cara berkomunikasi yang ramah, terbuka, dan bisa beradaptasi seperti biasanya di pasar sebelumnya. dalam kegiatan seperti negosiasi harga, pembicaraan tentang kualitas barang, hingga obrolan santai tetap berlangsung dan menjadi bagian dari identitas pasar itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa setelah di relokasi ke lokasi yang baru tidak menghilangkan hubungan sosial yang sudah terbina lama antara pedagang dan pembeli. Interaksi tetap berjalan lancar, mencerminkan bahwa hubungan sosial tidak hanya bergantung pada lokasi, tetapi juga pada kebiasaan yang sudah terbentuk dalam aktivitas jual beli.

Namun demikian, realitas sosial yang bisa dilihat secara langsung menunjukkan bahwa meskipun interaksi antar orang masih terjadi, intensitasnya justru menurun drastis. Hal tersebut terjadi karena jumlah orang yang datang ke pasar setelah pindah ke lokasi pasar mini datah manuah berkurang drastis pula. Berkurangnya orang yang berkunjung membuat peluang pedagang untuk berinteraksi menjadi lebih terbatas. Di lokasi pasar yang lama, interaksi bisa terus terjadi karena banyak orang yang datang, tetapi di lokasi yang baru yaitu di pasar mini datah manuah , interaksi hanya terjadi secara sporadis dan kadang hanya terjadi di saat tertentu saja. Penurunan jumlah pengunjung menyebabkan aktivitas sosial yang biasanya ramai berubah menjadi lebih tenang dan bahkan cenderung pasif. Dengan demikian, hubungan sosial tidak rusak, tetapi justru mengalami penyusutan secara jumlah karena hilangnya kepadatan orang sebagai bagian utama yang membentuk dinamika sosial pasar.

Penurunan jumlah pelanggan juga memengaruhi kondisi pasar secara keseluruhan. Yang dimana Temuan ini sesuai dengan penelitian (Yunus, 2025). menunjukkan bahwa pindahnya Pedagang Kaki Lima (PKL) ke Pasar Mini Datah Manuah tidak langsung meningkatkan kehidupan ekonomi para pedagang, melainkan justru memicu proses penyesuaian yang berdampak pada penurunan penghasilan dalam jangka pendek bagi sebagian dari mereka. Situasi ini menegaskan bahwa relokasi merupakan kebijakan struktural yang mengubah sistem ekonomi informal, sehingga suksesnya kebijakan ini sangat bergantung pada kemampuan pedagang untuk beradaptasi serta dukungan dari lingkungan kebijakan. Berbagai cara bertahan yang ditemukan, seperti menyesuaikan waktu buka, mengembangkan berbagai jenis barang, dan memanfaatkan pelanggan lama, menunjukkan bahwa para pedagang tetap cerdas dalam merespons perubahan tempat usaha mereka. yang di mana dari sudut pandang sosiologi pasar, keramaian adalah hal yang paling penting karena bisa mendorong terbentuknya hubungan sosial baru serta memperkuat interaksi antar pelaku ekonomi. Di tempat lama, para pedagang kaki lima memiliki peran besar dalam menciptakan suasana yang ramai, sehingga menarik konsumen untuk datang dan berbelanja. Namun, setelah pindah ke pasar mini datah manuah, hilangnya kepadatan tersebut membuat suasana pasar menjadi lebih sepi. ruang sosial yang sebelumnya terbentuk secara alami kini kehilangan fungsinya sebagai tempat berkumpul,berinteraksi,dan membangun hubungan antar pembeli. suasana pasar yang sepi tidak hanya memengaruhi hubungan antara pedagang dan pembeli, tetapi juga mengganggu hubungan antar pedagang yang biasanya berkembang melalui percakapan, saling berbagi informasi, serta kerja sama informal.



Gambar 1. Lokasi para sebagian pedagang sebelum kebijakan relokasi dan sebelum dipindahkan ke dalam pasar.



Gambar 2. Kondisi setelah para pedagang di relokasi ke pasar Mini Datah Manuah.

Secara keseluruhan, situasi sosial setelah relokasi menunjukkan bahwa hubungan antar manusia tetap ada, tetapi tidak cukup kuat untuk mengembalikan suasana pasar yang semula hidup, tanpa adanya keramaian dan arus pengunjung yang memadai. Relokasi memang tidak mengubah karakter dasar interaksi antara pedagang dan konsumen, tapi mengubah konteks sosialnya. Interaksi menjadi lebih terbatas, kesempatan bertemu berkurang, dan pasar tidak lagi menjadi tempat sosial yang aktif. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa kondisi sosial pasar setelah relokasi tidak ditentukan oleh kualitas hubungan antar pelaku, melainkan oleh intensitas dan frekuensi hub-

ungan tersebut yang sangat dipengaruhi oleh jumlah pengunjung. Akibatnya, pasar yang sepi kehilangan fungsi sosialnya sebagai ruang publik yang dinamis dan berubah menjadi ruang ekonomi yang pasif, meskipun hubungan sosial di dalamnya tetap harmonis.

2. Kondisi Ekonomi

Sebelum kebijakan relokasi dilakukan, para pedagang di tempat lama memiliki kondisi ekonomi yang cukup baik dan stabil. yang di mana Lokasi tersebut sangat strategis karena berada di pinggir jalan dan di jalur utama yang sering dilewati masyarakat, sehingga banyak orang berbelanja di sana setiap hari. Hal ini membuat pedagang mendapat penghasilan yang besar dan teratur, serta barang dagangan cepat laku karena banyak pembeli yang datang, baik yang sudah sering beli maupun yang mampir secara tiba-tiba. Pendapatan yang diperoleh cukup memenuhi kebutuhan sehari-hari pedagang dan juga mendukung ekonomi keluarganya. Pendapatan adalah hasil yang diperoleh dalam bentuk uang atau sesuatu lainnya dari penggunaan jasa atau kekayaan yang dimiliki manusia. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan berasal dari pemanfaatan sumber daya dan layanan yang ada, yang mencerminkan kemampuan dan keahlian seseorang dalam mengelola berbagai elemen tersebut untuk mendapatkan kekayaan atau barang (Arsyad & Arifin, 2024). Dengan kata lain, pendapatan yang stabil sebelum relokasi sangat bergantung pada posisi pasar yang dekat dengan pusat aktivitas masyarakat. Hal ini tampak dari pernyataan salah satu pedagang yang mengatakan:

“Sebelum nya kami di TVRI dan dilokasi lama itu lumayan gitu kak pendapatan nya bisa buat mutar modal dan masih bisa buat simpanan” (Wawancara dengan vivi,2025).

Namun setelah relokasi dilakukan, kondisi pendapatan pedagang mengalami perubahan yang sangat besar. yang di mana Lokasi baru dianggap tidak strategis dan jauh dari tempat yang ramai, sehingga jumlah pembeli menurun drastis. Berkurangnya pembeli langsung memengaruhi pendapatan pedagang, bahkan ada yang pendapatannya turun hingga lebih dari separuh dari sebelumnya. Minimnya pembeli juga menyebabkan barang dagangan lebih lama untuk terjual, dari yang biasanya laku dalam beberapa jam kini bisa memakan waktu berhari-hari. Banyak pedagang mengeluh karena penghasilan harian tidak cukup untuk menutupi modal, sehingga menimbulkan tekanan ekonomi yang lebih tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa relokasi telah membuat pedagang berpindah dari lingkungan ekonomi yang dinamis ke lokasi yang tidak mampu menjaga ritme belanja masyarakat.Seorang pedagang mengatakan perubahan ini:

“Sebelum kebijakan itu hasil nya masih dapat 2 juta-5 juta tapi sekarang 1 juta saja tidak sampai 500 rb aja susah sekarang di cari” (Wawancara dengan pedagang ibu eda,2025).

Penurunan pendapatan yang terus menerus menyebabkan sebagian pedagang tidak lagi bisa bertahan dalam menjalankan usaha mereka di lokasi baru. Beberapa pedagang memutuskan berhenti berdagang karena uang yang diperoleh tidak cukup untuk kebutuhan keluarga maupun menutup biaya usaha. Ada juga yang memilih kembali ke lokasi yang lebih strategis, meski tidak sesuai aturan relokasi, hanya untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak. Perpindahan ini tidak berarti menolak kebijakan pemerintah, tetapi lebih merupakan cara untuk bertahan hidup karena tekanan ekonomi.

Hal ini menunjukkan adanya ketidak sesuaian antara tujuan pemerintah dalam merencanakan ruang dan kebutuhan pedagang sebagai pelaku usaha informan. Selain berhenti atau pindah tempat, sebagian pedagang memilih cara berbeda dengan menyewa atau membeli kios di lokasi yang lebih ramai agar usaha mereka tetap berjalan. Keputusan ini menunjukkan adaptasi ekonomi yang berat, karena membayar kios membutuhkan biaya tambahan yang sebelumnya tidak ada saat mereka berdagang di lokasi sebelumnya. Namun bagi sebagian orang, ini dianggap sebagai pilihan terbaik untuk menjaga penghasilan tetap stabil, karena lokasi baru terlalu sepi. Fenomena ini menunjukkan bahwa pedagang harus menerima beban baru karena relokasi, sekaligus menunjukkan bahwa keberhasilan suatu kebijakan tidak hanya tergantung pada fasilitas yang tersedia, tetapi juga kemampuan pemerintah dalam memastikan pasar tetap lancar dan pelanggan tetap datang. Dengan demikian, kondisi ekonomi setelah relokasi tidak hanya memengaruhi cara berdagang, tetapi juga mendorong pedagang untuk mengambil risiko demi kelangsungan hidup mereka.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa kebijakan relokasi pedagang kaki lima di Pasar Mini Datah Manuah telah berdampak kompleks terhadap kondisi sosial dan ekonomi para pedagang serta dinamika pasar secara keseluruhan. Meskipun hubungan sosial antara pedagang dan pembeli tetap hangat dan saling menghormati, relokasi tersebut telah menyebabkan penurunan jumlah pembeli, yang pada akhirnya mengakibatkan penurunan pendapatan para pedagang. Situasi ini telah mendorong beberapa pedagang untuk mencari lokasi perdagangan yang lebih strategis atau memilih untuk menghentikan aktivitas perdagangan sama sekali karena kesulitan dalam menutupi biaya operasional. Oleh karena itu, relokasi ini tidak hanya mempengaruhi aktivitas ekonomi, tetapi juga mengubah cara pedagang berinteraksi secara sosial dan menjalankan bisnis mereka. Lebih lanjut, studi-studi tentang dampak revitalisasi pasar (2024–2025) menegaskan adanya trade-off antara penataan ruang kota dan keberlangsungan ekonomi pedagang kecil. Revitalisasi memang meningkatkan kenyamanan konsumen dan kualitas lingkungan pasar, namun tanpa mekanisme transisi yang memadai seperti sosialisasi intensif, kompensasi sementara, dan

pendampingan usaha kebijakan tersebut dapat menimbulkan kerentanan ekonomi bagi PKL yang kurang fleksibel. Temuan ini konsisten dengan (Nugraha, 2019), yang menyoroti bahwa implementasi relokasi di Palangka Raya masih cenderung administratif dan belum sepenuhnya berorientasi pada perlindungan sosial-ekonomi pedagang. Hal ini menegaskan bahwa kebijakan pengelolaan ruang publik harus mempertimbangkan aspek sosial dan ekonomi komunitas yang terdampak agar dapat mencapai tujuan pembangunan tanpa menciptakan kerentanan baru.

Persepsi Pedagang Dan Konsumen Terhadap Kebijakan relokasi

Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses pemahaman informasi yang disampaikan oleh orang lain dalam konteks komunikasi, interaksi, atau kolaborasi. Oleh karena itu, persepsi publik adalah proses di mana sekelompok orang yang tinggal bersama di suatu wilayah merespons aspek-aspek yang menarik dalam lingkungan tempat mereka tinggal (Pada et al., 2023). Persepsi pedagang kaki lima terhadap kebijakan relokasi ke Pasar Mini Datah Manuah menunjukkan adanya ketidak sesuaian antara tujuan kebijakan yang diharapkan dan pengalaman nyata yang mereka hadapi. Dari hasil wawancara, kebanyakan pedagang memahami bahwa tujuan relokasi adalah untuk menyusun ulang kota dan menghidupkan kembali pasar yang kurang aktif. Namun, meski mereka paham tujuan itu, mereka tidak sepenuhnya menerima kebijakan tersebut karena proses relokasi terasa begitu mendadak dan tidak melibatkan mereka secara aktif dalam menilai kesiapan lokasi baru. Salah satu informan menyatakan bahwa faktor-faktor seperti kesiapan lokasi, tingkat keramaian, dan posisi pasar yang strategis sangat penting, namun tidak dipertimbangkan dengan matang dalam implementasi kebijakan ini. Sejalan dengan itu, kajian (Tengah, 2024) menekankan bahwa efektivitas relokasi tidak hanya bergantung pada kesiapan pedagang, tetapi juga pada kualitas pengelolaan pasar setelah relokasi. Kurangnya koordinasi antar lembaga dan sistem penataan pedagang yang belum optimal langsung memengaruhi persepsi konsumen, yang pada akhirnya memengaruhi jumlah pengunjung dan belanja. Hal ini menunjukkan bahwa relokasi tanpa perbaikan pengelolaan pasar bisa menciptakan paradoks kebijakan, di mana tujuan ketertiban dan kebersihan tercapai, namun fungsi ekonomi pasar belum pulih dengan baik. Sesorang pedagang mengatakan.

“Mau mendadak atau pun tidak mendadak yang paling penting nya itu kesiapan tempat nya, kesiapan keramainya, kesiapan lokasi nya gimana, ya harus strategis lah” (Wawancara Agus, 2025).

Selain itu, relokasi juga memengaruhi hubungan sosial antar pedagang. Kebanyakan pedagang menilai bahwa kebijakan relokasi belum memberikan manfaat nyata seperti

peningkatan jumlah pelanggan, keamanan usaha, atau fasilitas yang memadai. Kondisi pasar yang sepi, pencahayaan yang kurang, dan lokasi yang tidak terlihat dengan jelas memperkuat persepsi negatif terhadap kebijakan tersebut. Sesoran pedagang mengatakan.

“Malahan kita ini sesama pedagang ini perebutan tempat gitu nah kek jadi persaingan gitu” (Wawancara Sri, 2025).

Meski begitu, pedagang tetap mematuhi kebijakan pemerintah sebagai bentuk penerimaan pasif, sambil berharap adanya perbaikan fasilitas, peningkatan aksesibilitas, dan dukungan modal. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pedagang terhadap relokasi bersifat ambivalen, yaitu memahami tujuan kebijakan secara normatif, tetapi menganggap implementasinya belum sepenuhnya mendukung keberlanjutan sosial dan ekonomi pedagang kaki lima.

Berbeda dengan pedagang, Sedangkan Persepsi konsumen terhadap kebijakan relokasi pedagang kaki lima (PKL) di Pasar Mini Datah Manuah menunjukkan perbedaan yang beragam, tetapi secara keseluruhan cenderung positif. Dalam bidang sosiologi, persepsi adalah cara seseorang memahami suatu perubahan atau situasi berdasarkan pengalaman, harapan, dan interaksi sosial yang telah dialami sebelumnya. Dengan cara ini, konsumen memberikan penilaian mereka terhadap kebijakan relokasi yang diambil oleh pemerintah. Berdasarkan hasil wawancara, konsumen menganggap relokasi PKL sebagai langkah yang strategis untuk mengatur kota, mengurangi kemacetan, dan memperbaiki kondisi pasar yang sebelumnya tidak ramai. Hal ini terlihat dari pernyataan salah satu informan yang menyebutkan bahwa lokasi lama PKL berada di sekitar TVR.

“Cukup membantu juga karena sudah membuat ramai pasar mini ini” (Wawancara dengan safar,2025).

Penilaian terhadap ketertiban dan kenyamanan ini menjadi dasar terbentuknya persepsi positif konsumen atas relokasi PKL. Konsumen menyadari bahwa pasar baru memiliki lingkungan yang lebih bersih dan tidak lagi berada di tepi jalan seperti sebelumnya. Hal ini terlihat dari pernyataan informan yang menyatakan bahwa;

“Bagus sih, dan nyaman juga dan sama aja tidak ada yang berbeda” (Wawancara dengan Diana,2025)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas fasilitas dan kondisi fisik pasar menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi konsumen. Meskipun sebagian konsumen merasa jumlah pengunjung menurun, mereka tetap menganggap pasar baru lebih baik dalam tata ruang dan layak menjadi pusat kegiatan ekonomi.

Selain faktor kenyamanan, aksesibilitas juga menjadi salah satu hal yang menentukan bagaimana konsumen memandang pasar. Informan menyatakan bahwa lokasi pasar baru cukup mudah dijangkau.

“Senang sih kak karena Kalau untuk anak kos sih kak lebih dekat gitu lokasi nya ” (Wawancara Nada,2025)

Kemudahan ini membuat kebijakan pemerintah untuk mengubah lokasi pasar lebih terlihat jelas manfaatnya oleh konsumen. Konsumen juga menyatakan bahwa perpindahan lokasi tidak membuat pelayanan para pedagang berubah menjadi lebih buruk. Interaksi antara konsumen dan pedagang tetap ramah dan tetap berlangsung baik. Seorang informan menegaskan bahwa pelayanan para pedagang tetap baik.

“Sama aja sih kak, dan semua pedagang ny ramah-ramah juga kak” (Wawancara indah nazwa,2025)

Informasi ini menunjukkan bahwa relokasi tidak merusak hubungan sosial yang sudah terjalin antara pedagang dan konsumen sebelumnya. Namun, meskipun konsumen menghargai kebijakan relokasi, mereka juga memberikan beberapa masukan kritis. Salah satu masalah yang sering disebutkan adalah penurunan aktivitas pasar setelah relokasi. Konsumen merasa bahwa Pasar Mini Datah Manuah tidak sepadat dengan lokasi sebelumnya, sehingga aktivitas di pasar baru terasa kurang ramai dibandingkan saat pedagang berdagang di lokasi sebelumnya yang di mana berada di jalan utama yang sering dilalui warga. Akibat aliran lalu lintas yang sepi dan jumlah pengunjung yang berkurang, dinamika perdagangan di pasar baru terasa lebih lambat. Konsumen menganggap kondisi ini sebagai salah satu penyebab penurunan pendapatan pedagang. Namun, mereka tetap setuju bahwa relokasi adalah langkah baik untuk meningkatkan perencanaan ruang kota. Namun, mereka menekankan perlunya meningkatkan fasilitas seperti pencahayaan yang memadai, akses yang jelas, dan tata letak fisik pasar yang lebih baik agar lebih terlihat dan dapat menarik lebih banyak pengunjung.

Secara umum, pembahasan ini menunjukkan bahwa ada perbedaan besar antara cara pedagang dan konsumen melihat kebijakan relokasi pedagang kaki lima di Pasar Mini Datah Manuah. Pedagang lebih fokus pada dampak relokasi terhadap usaha mereka, seperti penurunan pendapatan dan kurangnya pelanggan. Mereka lebih khawatir tentang kestabilan ekonomi mereka. Sementara itu, konsumen lebih mengevaluasi relokasi dari segi kenyamanan, rasa aman, dan tatanan kota. Mereka cenderung lebih puas meski tetap melihat aktivitas pasar berkurang. Perbedaan ini menunjukkan bahwa relokasi pedagang bukan hanya soal fisik, tapi juga terkait dengan hubungan sosial

yang kompleks. Dengan menerapkan Teori Tindakan Sosial Max Weber, dapat dipahami bahwa tindakan pedagang dan konsumen didorong oleh motivasi yang berbeda, seperti kebutuhan ekonomi, norma, kebiasaan, bahkan perasaan.

Oleh karena itu, keberhasilan relokasi tidak hanya tergantung pada pemindahan fisik saja, tetapi juga pada kemampuan pemerintah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan membangun gambaran positif dalam benak konsumen. Kebijakan relokasi di masa depan harus dirancang dengan melibatkan masyarakat, memperhatikan aspek keberlanjutan, serta memahami makna sosial yang sudah terbentuk dari segi aktor yang terlibat agar pasar bisa kembali menjadi ruang ekonomi dan sosial yang hidup bagi warga Palangka Raya. dapat dijelaskan melalui empat jenis tindakan sosial yang diusulkan oleh Weber.

Pertama, persepsi konsumen yang memandang relokasi sebagai kebijakan yang tepat karena dapat mengurangi kemacetan, membuat pasar lebih rapi, dan meningkatkan kualitas ruang publik menunjukkan tindakan rasional dengan orientasi nilai (wertrational). Komunitas mendukung kebijakan ini tidak hanya karena keuntungan pribadi, tetapi karena mereka percaya bahwa perencanaan ruang kota adalah nilai sosial yang penting. Hal ini terlihat dari pernyataan informan bahwa pasar baru lebih rapi dan tetap kondusif, sementara lokasi lama sering menyebabkan kemacetan yang perlu diatasi. Sikap ini menunjukkan keyakinan normatif komunitas akan pentingnya kebersihan dan ketertiban di ruang publik.

Kedua, respons masyarakat yang mengunjungi pasar baru lebih jarang karena dianggap kurang ramai, kurang terlihat, dan kurang strategis merupakan contoh tindakan rasional instrumental (zweckrational). Masyarakat mempertimbangkan aspek efisiensi seperti jarak, akses, dan ukuran kerumunan saat memilih lokasi berbelanja. Seperti yang diungkapkan oleh informan, pasar lama lebih ramai dan mudah diakses karena terletak di rute yang sering dilalui, sementara pasar baru kurang dilalui dan dianggap kurang menguntungkan. Keputusan untuk memilih lokasi yang lebih cepat dan efisien menunjukkan perhitungan rasional sesuai dengan pandangan Weber tentang tindakan berdasarkan tujuan praktis.

Ketiga, temuan wawancara juga menunjukkan adanya tindakan afektif, yaitu tindakan yang dipengaruhi oleh perasaan atau emosi. Beberapa orang yang merasa kasihan pada pedagang karena penghasilan mereka berkurang setelah relokasi sering kali tetap berbelanja di sana meskipun tidak nyaman. Perilaku ini mencerminkan ikatan emosional yang telah lama terjalin antara pedagang dan pembeli di lokasi lama. Oleh karena itu, respons masyarakat tidak hanya didasarkan pada pertimbangan rasional tetapi juga didorong oleh empati dan kedulian terhadap kondisi ekonomi para

pedagang.

Keempat, di antara sebagian konsumen yang masih memilih berbelanja di pasar setelah pindah lokasi, meskipun pasar baru terlihat sepi dan kurang strategis, terdapat perilaku tradisional. Tindakan ini muncul dari kebiasaan yang sudah lama terbentuk, seperti memiliki penjual tetap yang mereka kunjungi, familiar dengan jenis barang tertentu, atau melanjutkan rutinitas belanja mereka. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan sosial dan kebiasaan lama masih mengikat perilaku mereka meskipun lokasi pasar telah berubah. Hal ini sejalan dengan konsep Weber bahwa tindakan tradisional dipengaruhi oleh kebiasaan dan rutinitas harian yang sulit dihilangkan meskipun terjadi perubahan pada struktur fisik suatu lokasi.

Oleh karena itu, persepsi dan respons konsumen terhadap relokasi pedagang kaki lima dapat dipahami sebagai hasil dari kombinasi empat jenis tindakan sosial yang dijelaskan oleh Weber. Temuan menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya menilai kebijakan relokasi berdasarkan penampilan fisik pasar atau fasilitas yang ada, tetapi juga melalui pertimbangan nilai, efisiensi, perasaan, dan kebiasaan. Analisis ini memperkuat pemahaman bahwa relokasi pedagang kaki lima adalah proses sosial yang kompleks, di mana tindakan konsumen dipengaruhi oleh makna subjektif yang terkait dengan pengalaman mereka. Hal ini berarti kesuksesan kebijakan relokasi tidak hanya bergantung pada tata letak fisik pasar, tetapi juga pada cara konsumen menafsirkan perubahan dan bagaimana tindakan mereka dipengaruhi oleh motif sosial yang dijelaskan oleh Weber.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa kebijakan relokasi pedagang kaki lima di Pasar Mini Datah Manuah telah mengubah dinamika sosial-ekonomi pasar dan cara orang berbelanja. Dari perspektif sosial, hubungan antara pedagang dan konsumen masih ada, tetapi karena jumlah pengunjung berkurang, interaksi mereka menjadi kurang sering dan kurang aktif dibandingkan sebelumnya. Akibatnya, pasar tidak lagi sepadat dan semeriah dulu.

Secara ekonomi, penurunan jumlah pengunjung telah mengurangi pendapatan pedagang. Hal ini disebabkan oleh lokasi baru yang kurang strategis dan kurang menarik bagi konsumen. Situasi ini memaksa pedagang untuk beradaptasi, misalnya dengan mengurangi jam operasional atau pindah ke tempat yang lebih ramai. Konsumen umumnya mendukung relokasi karena tujuannya adalah membuat pasar lebih rapi, bersih, dan nyaman. Namun, mereka juga menyebutkan beberapa kelemahan di pasar baru, seperti kurangnya keramaian, akses yang sulit, dan fasilitas yang tidak memadai. Masalah ini menunjukkan bahwa kesuksesan relokasi tidak hanya bergantung pada lokasi baru, tetapi juga pada bagaimana pasar dapat berfungsi dengan baik secara sosial dan ekonomi sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Dengan menggunakan teori tindakan sosial Max Weber, kita dapat memahami bahwa tindakan konsumen terhadap relokasi tidak hanya dipengaruhi oleh satu alasan. Tindakan mereka dipengaruhi oleh berbagai motif, seperti keinginan untuk mendapatkan keuntungan, nilai-nilai, kebiasaan, dan perasaan. Meskipun konsumen menghargai tujuan perencanaan kota, keputusan mereka untuk datang ke pasar atau tidak lebih dipengaruhi oleh pertimbangan praktis, kenyamanan, dan kebiasaan berbelanja. Hal ini menunjukkan bahwa relokasi bukan hanya soal pindah tempat, tetapi juga mempengaruhi cara orang berinteraksi dan menafsirkan ruang ekonomi informal. Oleh karena itu, kesimpulan dari pembahasan ini menekankan bahwa relokasi pedagang kaki lima bukan hanya masalah fisik dan spasial, tetapi juga proses sosial yang kompleks. Kesuksesan relokasi bergantung pada kemampuan pemerintah untuk menyeimbangkan perencanaan kota dengan kebutuhan sosial dan ekonomi pedagang dan konsumen. Oleh karena itu, kebijakan relokasi di masa depan harus lebih terbuka, melibatkan masyarakat, dan berorientasi pada keberlanjutan, sehingga pasar dapat kembali menjadi pusat aktivitas ekonomi dan ruang sosial yang aktif bagi masyarakat Palangka Raya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasi kepada keluarga, teman-teman yang telah memberikan dukungan yang baik. Penulis juga menucapkan terima kasi kepada seluruh informan atas waktu yang di luangkan sehingga penulis mendapatkan infomasi terkait topik penelitian.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kebijakan memindahkan pedagang kaki lima ke Pasar Mini Datah Manuah memiliki dampak besar terhadap aspek sosial dan ekonomi. Secara sosial, hubungan antara pedagang dan pembeli tetap ada, tetapi frekuensi pertemuan mereka berkurang karena pasar jadi lebih sepi jika dibandingkan dengan lokasi sebelumnya. Hal ini membuat pasar kehilangan perannya sebagai tempat pertemuan dan interaksi sosial yang dinamis. Dari sisi ekonomi, relokasi menyebabkan penurunan pendapatan para pedagang karena lokasi baru tidak strategis, fasilitas belum memadai, dan jumlah pengunjung juga lebih sedikit, sehingga beberapa dari mereka kesulitan mempertahankan usaha mereka. Persepsi masyarakat terhadap relokasi ini bervariasi. Beberapa menganggap pasar lebih rapi dan bersih, namun mereka juga menyoroti beberapa kekurangan, seperti kurangnya pencahayaan, lokasi yang tidak terlihat dengan jelas, dan suasana yang tidak sehidup-hidup dulu. Dengan menerapkan Teori Tindakan Sosial Max Weber, tanggapan masyarakat ini bisa diartikan sebagai bentuk tindakan yang diarahkan oleh nilai, tujuan,

kebiasaan, serta perasaan masing-masing. Secara keseluruhan, relokasi bukan hanya sekadar perpindahan tempat berdagang, tetapi juga proses sosial yang perlu diperhatikan kebutuhan ekonomi serta persepsi publik agar bisa berjalan efektif dan berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pemerintah Kota Palangka Raya diharapkan meningkatkan fasilitas pendukung di Pasar Mini Datah Manuah, terutama dalam aspek pencahayaan, aksesibilitas, dan penandaan lokasi agar pasar lebih mudah ditemukan dan bisa menarik kembali minat pengunjung. Pemerintah juga perlu melakukan sosialisasi dan kampanye dengan lebih giat mengenai keberadaan pasar baru, sehingga konsumen mengetahui perubahan lokasi dan termotivasi untuk mengunjungi pasar tersebut. Selain itu, pengelola pasar harus memperbaiki manajemen pasar dengan memperhatikan kebersihan, kenyamanan, serta penyediaan ruang yang lebih teratur agar aktivitas ekonomi pasar bisa berjalan lancar dan berkelanjutan. Bagi para pedagang, adaptasi usaha merupakan hal yang penting, seperti meningkatkan kualitas pelayanan, memanfaatkan media sosial untuk promosi sederhana, serta memperkuat kerja sama antar pedagang melalui kegiatan bersama yang dapat menarik pembeli. Sementara itu, bagi peneliti yang akan meneliti selanjutnya, disarankan untuk meningkatkan jumlah informan dan memperluas perspektif dari pedagang maupun pihak pemerintah agar dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai efektivitas relokasi jangka panjang. Pendekatan ini diharapkan dapat membantu dalam merumuskan kebijakan yang lebih baik dalam pengelolaan pasar tradisional di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, M., & Arifin, M. (2024). *DAMPAK RELOKASI TERHADAP KONDISI SOSIAL EKONOMI PEDAGANG KAKI LIMA DI TAMAN PUTRI PASER*. 12(1), 280–290.
- Data primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara secara dan pengamatan secara mendalam kepada para informannya.* (2005). 48–61.
- Ilmu, J., Dan, K., Politik, S., Sintani, P., Nurlianti, A., Halim, A., & Candra, M. (2023). *Persepsi Pedagang Kaki Lima Terhadap Kebijakan Pemerintah Di Laman Boenda Kota Tanjungpinang*. 01(02), 214–222.
- Jannah, R. (2021). Strategi dan implementasi pengembangan pasar pemerintah datah manuah kota palangka raya. *Journal Ekonomi Syariah*, hlm.1-90. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/id/eprint/4469>
- Muhammadiyah, U., Raya, P., Kalimantan, C., Daerah, P., Lima, P. K., & Vendors, S. (2009). *TAHUN 2009 TENTANG PENGATURAN , PENERTIBAN DAN PENGAWASAN KOTA PALANGKA RAYA Regional Implementation Of Palangka Raya City Number 13 Of 2009*

Concerning Regulation , Income And Supervision Of Five Feet Traders In Jekan Raya District Palangka Raya City.

- Nasution, A. H., Matondang, K. A., Damara, A. V., Besalel, Y., Pandia, B., Fadilah, S., & Sitorus, A. (2024). *Peran Konsumen dalam Menciptakan Keseimbangan Persaingan Pasar Sempura*. 2(December), 135–145.
- Nugraha, Y. (2019). *Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima Di Kota Palangka Raya Provinsi Kalimantan Tengah*. 13. <http://eprints.ipdn.ac.id/9080/>
- Pada, P., Pasar, R., Peunayong, K., Pasar, K. E., Kota, A. L., & Aceh, B. (2023). *Seminar Nasional Unigha 2023*. 117–127.
- Ruchendi, D. H. H., & Ap, M. (2019). *No Title*. 5(2).
- Sasoko, D. M., Boangmanalu, J. Y., & Baru, K. (2024). *KEBIJAKAN RELOKASI PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) SEBAGAI UPAYA PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN : STUDI KASUS RELOKASI PKL DI*. 24(November).
- selfi yunus, Grace Dea Christina Hutagalung, E. D. (2025). *Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima Pasca Relokasi Ke Pasar Mini Datah*. 1(2), 189–197.
- Suhartini, M., Khotimah, K., & Hidayat, R. (2020). *Persepsi Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian Terhadap Produk Sehat Di Asri Organik- Sehat Tambakrejo Jombang*. 2(2).
- Susanti, A., & Hidayah, R. Al. (n.d.). *Analisis persepsi pedagang pada relokasi pasar tradisional baru di desa pesaguan kanan kabupaten ketapang*.
- Tengah, K. (2024). *Journal of Government Insight*. 4(2), 73–81.
- Teori, A., Sosial, T., Weber, M. A. X., & Fakta, D. A. N. (n.d.). *SOSIAL EMILE DURKHEIM DALAM PENGENALAN TRADISI*. 11(1), 109–119.
- W, R. F. K. (n.d.). *No Title*. 2, 1–9.