

**EFEKTIVITAS PROGRAM RELOKASI PASAR DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR BAUNTUNG KOTA BANJARBARU
PROVINSI KALIMANTAN SELATAN**

NOVIANA MADANI WIBOWO

32.0767

Asdaf Kota Banjarbaru, Provinsi Kalimantan Selatan

Program Studi Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat

Email: 32.0767@praja.ipdn.ac.id

Pembimbing: Ir. Achmad Nur Sutikno, M. Si

ABSTRACT

Problem Statement/Background (GAP): Bauntung Market is one of the main trading centers in Banjarbaru City that plays an important role in improving community welfare. However, the condition of the old market was inadequate and not strategically located, prompting the Banjarbaru City Government to implement the Market Relocation Program to improve efficiency, comfort, and the welfare of traders. Although the new Bauntung Market offers better facilities, a more spacious building, and improved service quality, several issues have emerged in efforts to enhance trader welfare. These include a less strategic location that reduces customer interest, the lack of public transportation access, and resistance from traders reluctant to move due to their comfort in the old market and fear of losing customers. **Purpose:** This study aims to assess the effectiveness of the market relocation and to analyze the inhibiting factors affecting traders' income at Bauntung Market after the relocation. **Method:** This research employs a qualitative approach with descriptive analysis. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The data analysis follows four stages: data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. **Result:** The results show that the market relocation program in Bauntung Market has not been effectively implemented in increasing traders' income. Although the new market provides improved facilities, organized layouts, and better services, traders have experienced a decline in income since the relocation. Based on Sutrisno's five dimensions of effectiveness, it was found that most traders have not fully understood the purpose and benefits of the program, placement of traders was not fully appropriate, and the implementation process did not follow the planned schedule. The intended goal of improving income and welfare has not been optimally achieved. Changes mainly occurred in the physical aspect of the market, but have not had a significant economic impact. The main inhibiting factors include the market's less strategic location, limited public transportation access, and resistance from traders who were already comfortable in the old market and feared losing their loyal customers. **Conclusion:** The study concludes that the Bauntung Market relocation program has not been effective in increasing traders' income. Out of ten effectiveness indicators used, six were achieved, while the other four—including income and sales increase—were not. The key barrier to program effectiveness is the decline in buyer numbers due to the market's poor location and lack of transportation access, which has directly impacted traders' income.

Keywords: *Traditional Market, Effectiveness, Merchant Income*

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Pasar Bauntung merupakan salah satu pusat perdagangan di Kota Banjarbaru yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, kondisi pasar yang lama tidak memadai dan strategis membuat Pemerintah Kota Banjarbaru mengambil suatu kebijakan yaitu Program Relokasi Pasar untuk meningkatkan efisiensi, kenyamanan dan mensejahterakan pedagang di pasar tersebut. Pasar Bauntung baru memiliki keadaan yang lebih baik mulai dari bangunan yang luas, fasilitas yang memadai hingga kualitas pelayanan yang semakin membaik, namun

terdapat beberapa permasalahan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan pedagang di Pasar Bauntung yaitu lokasi yang kurang strategis membuat kurangnya minat pembeli untuk berbelanja di pasar tersebut didukung dengan belum tersedianya jalur angkutan umum yang melewati pasar tersebut dan dalam proses relokasi dari pasar lama ke pasar baru terdapat hambatan seperti sikap pedagang yang menolak untuk dipindahkan dengan berbagai alasan seperti, sudah merasa nyaman berjualan di pasar lama dan kekhawatiran kehilangan pelanggan.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis efektivitas relokasi pasar dan faktor penghambat dalam meningkatkan pendapatan pedagang di Pasar Bauntung Kota Banjarbaru setelah dilakukannya relokasi. **Metode:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan dan memahami secara mendalam fenomena sosial yang terjadi, khususnya dampak relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang. Penelitian dilakukan di Pasar Bauntung Baru dengan teknik *purposive sampling*. Informan utama terdiri dari 10 informan, yang terdiri dari pedagang yang mengalami relokasi secara langsung, serta informan pelengkap meliputi pihak pengelola pasar, Dinas Perdagangan Kota Banjarbaru, dan beberapa pengunjung pasar. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Data dianalisis secara tematik melalui proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa program relokasi Pasar Bauntung di Kota Banjarbaru belum terlaksana secara efektif dalam meningkatkan pendapatan pedagang. Meskipun pasar baru telah dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, tata letak yang tertata rapi, dan pelayanan yang lebih baik, kenyataannya pendapatan pedagang justru mengalami penurunan sejak relokasi dilakukan. Berdasarkan lima dimensi efektivitas menurut Sutrisno, ditemukan bahwa sebagian besar pedagang belum sepenuhnya memahami tujuan dan manfaat program relokasi, penempatan pedagang belum seluruhnya tepat sasaran, serta proses pelaksanaan program belum berjalan sesuai waktu dan harapan yang ditentukan. Tujuan dari relokasi, yaitu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pedagang, belum tercapai secara optimal. Perubahan yang terjadi lebih dominan pada aspek fisik bangunan dan sarana prasarana, namun belum memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi para pedagang. Faktor penghambat utama dalam pelaksanaan program ini antara lain adalah lokasi pasar yang kurang strategis, akses transportasi umum yang belum tersedia, serta penolakan dari sebagian pedagang yang merasa lebih nyaman berjualan di pasar lama dan khawatir kehilangan pelanggan tetap. **Kesimpulan:** Berdasarkan hasil penelitian, program relokasi Pasar Bauntung Kota Banjarbaru belum terlaksana secara efektif dalam meningkatkan pendapatan pedagang. Dari sepuluh indikator efektivitas yang digunakan, enam indikator dinyatakan tercapai, sementara empat lainnya, termasuk pendapatan dan peningkatan penjualan belum tercapai. Faktor utama penghambat efektivitas program adalah penurunan jumlah pembeli yang disebabkan oleh lokasi pasar yang kurang strategis dan minimnya akses angkutan umum, sehingga berdampak langsung terhadap penurunan pendapatan pedagang.

Kata Kunci : Pasar Tradisional, Efektivitas, Pendapatan Pedagang

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan merupakan suatu proses perubahan sosial yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan untuk mencapai kondisi masyarakat yang lebih baik. Dalam hal ini, pembangunan tidak hanya mencakup aspek fisik, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh (Suryono, 2010). Salah satu aspek penting dalam pembangunan adalah pembangunan ekonomi, yang ditandai dengan peningkatan pendapatan per kapita penduduk secara terus-menerus dan perubahan signifikan dalam struktur sosial serta ekonomi masyarakat (Rapanna & Sukarno, 2017). Sebagai bagian dari pelaksanaan pembangunan nasional, pemerintah pusat memberikan kewenangan kepada pemerintah daerah untuk mengelola urusan pemerintahan yang sesuai dengan potensi dan kebutuhan daerah

masing-masing. Salah satu urusan pemerintahan pilihan yang wajib dilaksanakan oleh daerah adalah bidang perdagangan. Hal ini tertuang dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, yang memberi ruang bagi pemerintah daerah untuk mengembangkan sektor perdagangan sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Kusnadi, 2020).

Kota Banjarbaru sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Selatan memiliki peran penting sebagai pusat perdagangan regional. Salah satu pasar tradisional utama di kota ini adalah Pasar Bauntung, yang merupakan pasar tertua di Kalimantan Selatan. Pasar ini telah lama menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Idris et al (2022) menyatakan bahwa pasar tradisional memiliki fungsi ekonomi yang kuat dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah serta menjadi pusat distribusi pangan lokal. Selain itu, pasar juga memiliki fungsi sosial melalui interaksi yang intens antara pedagang dan pembeli, yang didukung oleh budaya lokal. Namun, dari sisi ekologi, banyak pasar tradisional dinilai masih kurang layak secara fisik, sehingga perlu peningkatan sarana dan prasarana untuk menunjang keberlanjutan fungsinya. Selanjutnya, mau Yahya et al (2024) juga menyatakan bahwa pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai pusat ekonomi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang merefleksikan identitas budaya lokal. Pertukaran barang di pasar sering kali dibarengi dengan pertukaran nilai budaya dan bahasa, menjadikan pasar tradisional sebagai ruang penting dalam menjaga nilai-nilai komunitas.

Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa sektor perdagangan menyumbang 10,80% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Banjarbaru, menjadikannya sektor yang vital dalam menopang perekonomian kota (Badan Pusat Statistik Kota Banjarbaru, 2022). Namun, seiring meningkatnya jumlah pedagang dan aktivitas perdagangan, kondisi Pasar Bauntung yang lama mengalami penurunan kualitas. Lingkungan pasar menjadi kumuh, tidak tertata, dan sempit. Banyak pedagang terpaksa berjualan di bahu jalan, menyebabkan kemacetan lalu lintas, terutama pada jam-jam sibuk. Selain itu, fasilitas pasar lama dinilai tidak layak untuk mendukung kegiatan perdagangan yang efektif dan nyaman (Banjarbaru, 2021). Kondisi ini menegaskan bahwa perbaikan infrastruktur semata tidak cukup untuk menjamin keberhasilan program relokasi. Mintawati et al (2025) mengungkapkan bahwa program pendampingan yang terstruktur dan berbasis kolaborasi, seperti *coaching clinics*, terbukti mampu meningkatkan kesiapan dan kepercayaan diri peserta dalam menghadapi sistem baru, yang menunjukkan pentingnya pendekatan edukatif dalam keberhasilan implementasi kebijakan.

Melihat kondisi tersebut, penting bagi Pemerintah Kota Banjarbaru untuk melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap efektivitas kebijakan relokasi Pasar Bauntung. Evaluasi ini tidak hanya sebatas pada keberhasilan pembangunan fisik pasar dan pemindahan pedagang, tetapi juga harus mencakup dampak sosial dan ekonomi yang dirasakan langsung oleh para pelaku usaha di pasar tersebut. Aspek-aspek seperti perubahan pendapatan pedagang, volume transaksi, kenyamanan konsumen, serta aksesibilitas pasar harus menjadi indikator utama dalam menilai sejauh mana relokasi ini mencapai tujuannya. Di sisi lain, perlu juga dikaji faktor-faktor penghambat yang menyebabkan sebagian pedagang mengalami kesulitan, seperti lokasi yang kurang strategis, minimnya sarana transportasi umum, dan perubahan perilaku konsumen. Dalam konteks ini, penting juga untuk mempertimbangkan dimensi sikap dan etika para pedagang dalam merespons kebijakan relokasi. Putra & Sawarjuwono (2019) menyatakan bahwa perilaku pedagang pasar tradisional dibentuk oleh prinsip etika bisnis, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kepedulian sosial, yang menjadi dasar dalam menjaga kelangsungan usaha di tengah tantangan perubahan lingkungan.

Tanpa adanya pemetaan masalah dan pemahaman menyeluruh terhadap realitas di lapangan, kebijakan relokasi pasar berisiko menimbulkan ketimpangan baru, terutama bagi

kelompok pedagang kecil yang kesulitan beradaptasi. Oleh karena itu, evaluasi yang komprehensif sangat diperlukan sebagai dasar perumusan kebijakan yang lebih baik ke depan. Evaluasi ini diharapkan mampu menghasilkan rekomendasi yang tidak hanya solutif tetapi juga partisipatif, dengan melibatkan semua pemangku kepentingan, termasuk pedagang, pembeli, dan pihak pengelola pasar. Hasil dari evaluasi ini dapat menjadi bahan pertimbangan strategis dalam menyusun kebijakan relokasi atau revitalisasi pasar tradisional lainnya, agar program sejenis benar-benar memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan perekonomian lokal, penguatan sektor perdagangan rakyat, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat secara merata dan berkelanjutan.

1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Ada beberapa permasalahan yang melatarbelakangi perlunya dilakukan kajian terhadap efektivitas program relokasi Pasar Bauntung di Kota Banjarbaru. Relokasi pasar ini pada dasarnya dimaksudkan untuk mengatasi keterbatasan infrastruktur dan kapasitas pasar lama yang dinilai sudah tidak layak untuk menunjang aktivitas perdagangan. Kondisi Pasar Bauntung sebelum relokasi sangat memprihatinkan; lingkungan pasar tampak kumuh, tidak tertata, dan penuh sesak karena jumlah pedagang terus bertambah. Bahkan banyak pedagang terpaksa berjualan di bahu jalan, sehingga menyebabkan kemacetan dan ketidaknyamanan bagi pengguna jalan, khususnya pada jam-jam sibuk. Menanggapi kondisi tersebut, Pemerintah Kota Banjarbaru memutuskan untuk merelokasi Pasar Bauntung ke lokasi baru di bekas Stadion Mini Gawi Sabarataan. Lokasi baru ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas modern seperti los basah dan kering, kios, ruko, ruang laktasi, IPAL, mushola, serta layanan Wi-Fi gratis. Secara fisik, relokasi ini diharapkan dapat mewujudkan pasar yang lebih tertib, bersih, nyaman, dan representatif sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat (Banjarbaru, 2021). Relokasi ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan pasar yang bersih, aman, tertib, dan nyaman bagi pedagang maupun pembeli. Namun demikian, meskipun infrastruktur fisik mengalami peningkatan signifikan, tidak semua pedagang merasakan manfaat langsung dari kebijakan ini.

Salah satu permasalahan utama yang muncul pasca relokasi adalah penurunan pendapatan pedagang. Hal ini disebabkan oleh menurunnya jumlah pengunjung pasar baru akibat lokasi yang dianggap kurang strategis dan sulit dijangkau oleh masyarakat. Tidak adanya jalur angkutan umum langsung menuju lokasi baru menjadi kendala besar dalam menarik konsumen (Banjarbaru, 2021). Pedagang juga mengeluhkan bahwa mereka harus bergantung pada pelanggan tetap, sementara konsumen baru enggan berkunjung karena akses yang terbatas dan belum terbiasanya masyarakat dengan lokasi pasar baru. Hal ini diperkuat oleh temuan Romadon et al (2024), yang menunjukkan bahwa pasca relokasi, sebagian besar pedagang mengalami penurunan omset akibat berkurangnya daya beli konsumen dan sulitnya beradaptasi dengan situasi baru. Di sisi lain, masih ditemukan resistensi dari pedagang yang enggan direlokasi karena sudah merasa nyaman di lokasi lama dan khawatir kehilangan pelanggan. Pendekatan pemerintah yang kurang partisipatif serta minimnya sosialisasi dianggap memperburuk proses adaptasi pedagang di tempat baru. Salsabila & Wardhana (2023) dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa sebagian besar pedagang merasa tidak dilibatkan secara aktif dalam proses relokasi, dan perubahan lokasi berdampak langsung pada penurunan volume transaksi serta kepercayaan pelanggan terhadap stabilitas pasar.

Permasalahan serupa juga pernah terjadi di daerah lain, seperti yang dikaji oleh Utari & Sudiana (2017) dalam studi tentang Pasar Badung, Bali. Mereka menyimpulkan bahwa relokasi pasar tradisional belum sepenuhnya efektif jika tidak diiringi dengan strategi komunikasi dan pendekatan pemberdayaan yang kuat terhadap pelaku usaha kecil. Evaluasi terhadap efektivitas program relokasi menjadi sangat penting karena kebijakan ini tidak hanya berdampak pada aspek fisik pasar, tetapi juga menyentuh dimensi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat.

1.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai relokasi pasar tradisional dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang telah banyak dilakukan dalam berbagai konteks daerah di Indonesia. Salah satu studi oleh Utari & Sudiana (2017) meneliti efektivitas relokasi Pasar Badung di Bali dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang. Dalam penelitian tersebut, relokasi pasar dinilai cukup efektif dengan tingkat efektivitas sebesar 64,74%. Meskipun demikian, hasil studi menunjukkan adanya penurunan pendapatan pedagang pasca relokasi, yang dipengaruhi oleh faktor lokasi baru yang kurang strategis dan belum optimalnya adaptasi konsumen terhadap pasar tersebut. Sementara itu, Romadon et al (2024) mengkaji dampak relokasi terhadap pendapatan pedagang sayur di Pasar Bauntung Banjarbaru. Studi ini menekankan bahwa relokasi pasar berdampak signifikan terhadap penurunan pendapatan para pedagang. Selain permasalahan lokasi yang tidak strategis, kurangnya akses transportasi umum ke lokasi pasar baru turut menjadi penyebab utama berkurangnya jumlah pembeli dan transaksi ekonomi di pasar tersebut. Temuan ini memperlihatkan bahwa aspek infrastruktur dan konektivitas sangat berpengaruh terhadap keberhasilan relokasi pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Salsabila & Wardhana (2023) juga mengangkat tema kebijakan relokasi pasar dalam studi kasus di Pasar Bauntung Baru Banjarbaru. Penelitian ini memfokuskan pada proses perencanaan relokasi dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun pasar baru menawarkan fasilitas fisik yang lebih memadai, banyak pedagang yang mengalami kesulitan dalam beradaptasi akibat minimnya sosialisasi dan pelibatan mereka dalam proses relokasi. Akibatnya, pendapatan pedagang mengalami penurunan yang cukup signifikan, serta muncul ketidakpuasan terhadap kebijakan yang dijalankan pemerintah daerah.

Menariknya, meskipun berasal dari ranah *digital*, studi yang dilakukan oleh Hofstetter et al (2022) terkait pemasaran berbasis teknologi *non-fungible token* (NFT) memberikan perspektif konseptual yang relevan. Dalam kajiannya, mereka menekankan bahwa perubahan sistem distribusi baik melalui digitalisasi maupun desentralisasi menuntut adaptasi perilaku dari pelaku usaha dan konsumen. Perubahan ini menciptakan tantangan dalam hal persepsi nilai, aksesibilitas, serta mekanisme pemasaran. Hal ini sejalan dengan konteks relokasi pasar tradisional, di mana perpindahan lokasi fisik juga mengubah sistem distribusi produk serta interaksi antara pedagang dan pembeli. Hofstetter et al (2022) menyoroti bahwa inovasi seperti NFT menciptakan bentuk kepemilikan dan nilai baru yang memerlukan pendekatan pemasaran yang berbeda, yang pada dasarnya menunjukkan bahwa perubahan sistem, baik fisik maupun digital, memerlukan perencanaan yang matang agar efektif dan tidak merugikan pelaku usaha.

Studi oleh Kumalasari & Cahyani (2023) mengenai pasar tradisional Landungsari di Malang menunjukkan bahwa infrastruktur pasar memegang peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Mereka menemukan bahwa meskipun bangunan pasar berada dalam kondisi baik, utilitas dan fasilitas publik yang tersedia belum memadai, serta aksesibilitas pasar masih terbatas. Beberapa aspek krusial seperti lebar lorong yang sempit, tidak tersedianya akses bagi pengguna kursi roda, dan absennya transportasi umum menjadi penghambat utama. Temuan ini relevan dengan konteks relokasi Pasar Bauntung di Kota Banjarbaru, di mana fasilitas fisik yang memadai belum diimbangi dengan peningkatan aksesibilitas dan kenyamanan pengunjung, yang pada akhirnya berdampak pada pendapatan pedagang.

Dalam konteks perubahan strategi pemasaran sebagai respons terhadap transformasi sistem dan teknologi, Abbas (2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan *Augmented Reality* (AR) dalam kampanye pemasaran digital mampu menciptakan pengalaman konsumen yang lebih imersif dan personal. Temuan ini menekankan pentingnya pendekatan interaktif dalam mempertahankan keterlibatan konsumen, sekaligus mendorong adaptasi pelaku usaha terhadap media dan saluran distribusi baru. Meskipun fokus penelitian ini berada pada ranah digital,

relevansinya terlihat dalam konteks relokasi Pasar Bauntung, di mana para pedagang juga dituntut untuk beradaptasi dengan kondisi baru dan memanfaatkan fasilitas yang tersedia untuk menarik kembali minat konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan relokasi tidak hanya bergantung pada aspek fisik bangunan, tetapi juga pada efektivitas strategi pemasaran pasca relokasi.

1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penelitian ini memiliki kebaruan ilmiah dalam mengkaji efektivitas program relokasi pasar tradisional secara komprehensif dengan fokus pada dimensi peningkatan pendapatan pedagang pasca relokasi, yang dikaji langsung pada studi kasus Pasar Bauntung Kota Banjarbaru. Kebaruan ini terletak pada pendekatan *evaluatif* yang tidak hanya memperhatikan aspek fisik infrastruktur dan pelaksanaan kebijakan, tetapi juga menyentuh aspek ekonomi mikro pelaku usaha (pedagang) secara langsung, termasuk persepsi, adaptasi pemasaran, dan dinamika pendapatan sebelum dan sesudah relokasi.

Berbeda dengan penelitian terdahulu seperti Utari & Sudiana (2017) yang menilai efektivitas relokasi berdasarkan efisiensi ruang dan fasilitas tanpa menekankan pada dampak ekonomi riil terhadap pedagang, serta Romadon et al (2024) dan Salsabila & Wardhana (2023) yang menyoroti keluhan pedagang namun terbatas pada deskriptif dampak tanpa mengaitkan secara sistematis dengan parameter efektivitas kebijakan, penelitian ini menggabungkan aspek evaluasi kebijakan, kondisi infrastruktur, serta *outcome* ekonomi dalam satu kerangka analisis terpadu.

Selain itu, kebaruan lain dari penelitian ini adalah fokus pada konteks lokal Kota Banjarbaru, yang belum banyak dikaji secara ilmiah meskipun daerah tersebut tengah mengalami pertumbuhan sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Selatan. Lokasi ini memberikan kontribusi spesifik terhadap pengayaan literatur mengenai pasar tradisional di wilayah penyangga ibu kota baru dan kawasan strategis nasional. Penelitian ini juga menambahkan dimensi strategis dengan memberikan rekomendasi berbasis temuan lapangan terhadap perencanaan kebijakan relokasi pasar ke depan, agar tidak hanya responsif terhadap kebutuhan infrastruktur, tetapi juga proaktif dalam mendukung daya saing ekonomi pedagang, aksesibilitas konsumen, dan keberlanjutan fungsi pasar sebagai pusat kegiatan ekonomi rakyat.

1.5 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis efektivitas relokasi pasar dan faktor penghambat dalam meningkatkan pendapatan pedagang di Pasar Bauntung Kota Banjarbaru setelah dilakukannya relokasi.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam bagaimana efektivitas program relokasi Pasar Bauntung berdampak terhadap pendapatan pedagang. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali pengalaman, pandangan, dan makna sosial dari informan yang mengalami langsung proses relokasi. Seperti dijelaskan oleh Nurdin & Hartati (2019), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna dari realitas sosial berdasarkan perspektif subjek yang diteliti. Simangunsong (2017) juga menyebutkan bahwa pendekatan ini tepat untuk menjelaskan fenomena sosial yang tidak dapat diukur hanya dengan angka, tetapi membutuhkan pemahaman mendalam terhadap konteks dan pengalaman manusia. Penelitian dilaksanakan di Pasar Bauntung Baru, yang berlokasi di eks Stadion Mini Gawi Sabarataan, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Penelitian berlangsung pada Januari hingga Maret 2024, saat pasar sudah beroperasi secara stabil pasca relokasi, sehingga memungkinkan pengumpulan data yang lebih representatif. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan utama terdiri dari 10 orang yang berhubungan dengan relokasi secara langsung. Selain itu, peneliti juga

mewawancarai pengelola pasar, pihak Dinas Perdagangan Kota Banjarbaru, dan beberapa pengunjung pasar sebagai informan pelengkap. Dalam penelitian kualitatif, menurut Nurdin & Hartati (2019), yang lebih penting adalah kedalaman informasi, bukan jumlah informan. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis secara tematik, yaitu dengan mengidentifikasi pola dan tema dari hasil wawancara dan observasi. Simangunsong (2017) menyatakan bahwa dalam pendekatan kualitatif, peneliti menjadi instrumen utama yang terlibat langsung dalam proses pengumpulan dan interpretasi data, sehingga keterlibatan aktif peneliti sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Efektivitas Program Relokasi Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang di Pasar Bauntung Kota Banjarbaru

Relokasi Pasar Bauntung Kota Banjarbaru merupakan salah satu kebijakan strategis pemerintah daerah yang bertujuan untuk menata ulang pasar tradisional agar lebih representatif, tertib, bersih, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Relokasi ini dilaksanakan sebagai upaya untuk mengatasi keterbatasan fasilitas, kepadatan, serta kondisi kumuh pasar lama. Namun, untuk menilai keberhasilan dari program ini, diperlukan analisis efektivitas berdasarkan indikator-indikator tertentu yang meliputi: pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, pencapaian tujuan, dan perubahan nyata pasca relokasi.

Pemahaman pedagang terhadap program relokasi menjadi indikator penting untuk mengukur efektivitas implementasi kebijakan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang, pada awalnya banyak dari mereka tidak memahami secara jelas tujuan dan manfaat dari program relokasi. Ketidaktahuan ini menyebabkan munculnya resistensi dan penolakan, terutama karena kekhawatiran akan kehilangan pelanggan dan pendapatan. Namun setelah dilakukan pendekatan oleh pemerintah melalui sosialisasi dan komunikasi bertahap, sebagian besar pedagang mulai memahami bahwa relokasi bertujuan untuk menciptakan pasar yang lebih layak, bersih, dan tertata. Menurut (Sutrisno, 2018), efektivitas program tidak hanya diukur dari keberhasilan pelaksanaan fisik, tetapi juga dari sejauh mana program tersebut dipahami dan diterima oleh pihak yang terdampak. Dalam konteks ini, pemahaman pedagang meningkat setelah mereka mulai merasakan manfaat fasilitas pasar baru, meskipun belum sepenuhnya menyadari dampaknya terhadap aspek ekonomi.

Program relokasi dinilai cukup tepat sasaran karena berhasil memindahkan sebanyak 1.006 pedagang dari Pasar Bauntung lama ke lokasi baru secara terdata dan resmi. Seluruh pedagang yang sebelumnya memiliki hak berjualan di pasar lama diberi tempat sesuai jenis dagangannya. Pemerintah juga memastikan bahwa proses penempatan dilakukan secara tertib, sesuai sektor dagangan masing-masing seperti los kering, los basah, kios, dan ruko. Dengan demikian, dari aspek ketepatan sasaran, program ini telah mengakomodasi kelompok utama yang menjadi target relokasi, yakni pedagang aktif yang terdampak langsung oleh kondisi pasar lama yang padat dan tidak tertata.

Pelaksanaan relokasi dari sisi waktu mengalami kendala dan dinilai belum sepenuhnya efektif. Target relokasi yang seharusnya berlangsung cepat tertunda karena adanya penolakan sebagian pedagang yang enggan dipindahkan, serta keterlambatan penyelesaian fasilitas teknis di pasar baru. Penundaan ini berdampak pada lambatnya aktivitas ekonomi pasca relokasi dan menciptakan masa transisi yang cukup panjang. Efektivitas waktu menjadi penting karena semakin lama proses relokasi berlangsung, semakin besar pula potensi kerugian pedagang akibat ketidakpastian operasional. Maka dari itu, meskipun secara administratif program berjalan, dalam hal ketepatan waktu pelaksanaan masih perlu evaluasi agar perencanaan lebih matang di masa mendatang.

Secara umum, salah satu tujuan utama relokasi adalah meningkatkan kenyamanan dan kualitas pelayanan di pasar. Hal ini sebagian besar telah tercapai. Pasar Bauntung baru kini memiliki infrastruktur yang jauh lebih baik dibandingkan pasar sebelumnya. Beberapa fasilitas unggulan antara lain: los kering dan basah, ruko, ruang laktasi, IPAL, mushola, area parkir luas, dan layanan *Wi-Fi* gratis, yang semuanya mendukung aktivitas dagang secara lebih sehat dan efisien. Namun jika tujuan yang dimaksud mencakup peningkatan pendapatan pedagang, maka program ini belum sepenuhnya berhasil. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pedagang justru mengalami penurunan pendapatan sejak pindah ke lokasi baru. Mereka mengeluhkan menurunnya jumlah pengunjung dan berkurangnya daya beli konsumen karena lokasi pasar baru dianggap kurang strategis dan tidak memiliki akses angkutan umum langsung.

Relokasi pasar membawa beberapa perubahan nyata, terutama dari sisi fasilitas, kebersihan, keamanan, dan pengelolaan. Pasar Bauntung baru dikelola lebih profesional oleh Dinas Perdagangan dengan sistem yang lebih tertib. Area pasar kini bebas dari pedagang liar yang sebelumnya menjual di bahu jalan dan menimbulkan kemacetan. Selain itu, pola pengelolaan sampah dan sanitasi juga membaik, sehingga meningkatkan citra pasar tradisional di mata masyarakat. Namun, perubahan ini belum sepenuhnya dirasakan dalam aspek ekonomi. Banyak pedagang mengaku kesulitan menarik konsumen baru dan harus bergantung pada pelanggan lama. Tidak adanya jalur angkutan umum yang menuju langsung ke pasar baru menjadi salah satu penyebab utamanya. Perubahan fasilitas tidak serta-merta menghasilkan perubahan ekonomi jika tidak diiringi oleh aksesibilitas dan strategi promosi yang memadai.

Berdasarkan kelima indikator yang telah dianalisis, program relokasi Pasar Bauntung Kota Banjarbaru belum sepenuhnya menunjukkan tingkat efektivitas yang optimal dalam meningkatkan pendapatan pedagang. Meskipun relokasi ini berhasil menyediakan fasilitas pasar yang lebih layak dan berhasil mengurangi kepadatan serta ketidaktertiban di lokasi sebelumnya, dampak positif pada aspek ekonomi para pedagang masih terbatas. Pendapatan pedagang belum mengalami peningkatan yang signifikan, bahkan cenderung menurun pasca relokasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa efektivitas relokasi pasar tidak hanya ditentukan oleh aspek fisik atau infrastruktur, tetapi juga sangat bergantung pada pendekatan sosial yang melibatkan partisipasi pedagang, strategi pemasaran yang adaptif, serta dukungan aksesibilitas, terutama transportasi umum yang memadai. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah daerah untuk mempertimbangkan dimensi-dimensi tersebut dalam merancang kebijakan relokasi di masa mendatang, agar pasar tradisional benar-benar berfungsi sebagai pusat pertumbuhan ekonomi rakyat secara berkelanjutan.

3.2 Faktor Penghambat Relokasi dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang di Pasar Bauntung

Pasca relokasi Pasar Bauntung ke lokasi baru, berbagai dinamika muncul yang memengaruhi efektivitas program, khususnya dalam upaya meningkatkan pendapatan pedagang. Salah satu faktor utama yang menjadi penghambat adalah menurunnya jumlah pengunjung atau pembeli yang datang ke pasar. Kondisi ini menjadi perhatian serius karena secara langsung berdampak pada volume transaksi harian dan kelangsungan usaha pedagang kecil yang menggantungkan pendapatannya dari aktivitas pasar. Meskipun secara umum masyarakat menyambut baik keberadaan pasar baru yang dinilai lebih bersih, tertata, dan memiliki fasilitas yang lebih lengkap dibandingkan pasar sebelumnya, kenyataan di lapangan menunjukkan adanya penurunan minat masyarakat untuk berbelanja. Penurunan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor teknis, terutama terkait dengan penataan area parkir yang dianggap kurang praktis oleh sebagian konsumen. Lokasi parkir yang berada cukup jauh dari area penjualan menyebabkan pengunjung harus berjalan kaki melewati sejumlah blok kios untuk mencapai pedagang, sehingga menimbulkan ketidaknyamanan, terutama bagi pembeli yang sebelumnya terbiasa dengan akses cepat dan mudah di pasar lama. Kondisi tersebut menunjukkan adanya pergeseran kebiasaan berbelanja masyarakat yang belum sepenuhnya

mampu menyesuaikan diri dengan sistem yang diterapkan di pasar baru. Selain itu, keterbatasan akses transportasi umum menuju lokasi pasar turut memperkuat hambatan ini. Minimnya jalur angkutan umum yang melewati pasar baru menyebabkan pembeli yang tidak memiliki kendaraan pribadi mengalami kesulitan menjangkau lokasi, sehingga mengurangi frekuensi kunjungan dan berdampak pada berkurangnya potensi transaksi.

Berdasarkan pengamatan di lapangan, penataan pasar yang mengutamakan ketertiban dan kenyamanan memang telah berhasil menciptakan lingkungan pasar yang lebih modern dan sesuai dengan standar yang ditetapkan pemerintah. Namun, pendekatan ini belum sepenuhnya memperhatikan kebutuhan praktis masyarakat sebagai konsumen. Kebijakan penempatan area parkir yang tidak langsung terhubung dengan zona perdagangan misalnya, meskipun bertujuan untuk mengurangi kemacetan dan meningkatkan keteraturan, justru menimbulkan hambatan baru yang bersifat fungsional bagi pembeli. Dampak dari situasi ini dirasakan secara nyata oleh para pedagang, terutama dalam bentuk penurunan jumlah pelanggan dan melemahnya daya beli. Beberapa pedagang mengaku mengalami penurunan omzet sejak relokasi dilakukan, yang berimplikasi pada stabilitas usaha mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pembangunan infrastruktur pasar yang baik tidak selalu berbanding lurus dengan keberhasilan ekonomi jika tidak diiringi dengan perencanaan yang menyeluruh, termasuk dalam hal aksesibilitas dan pola perilaku konsumen.

Dengan demikian, hambatan utama dalam peningkatan pendapatan pedagang di Pasar Bauntung pasca relokasi tidak semata-mata bersumber dari faktor fisik atau infrastruktur pasar, melainkan lebih dominan dipengaruhi oleh faktor non-fisik yang berkaitan dengan aksesibilitas, kebiasaan konsumen, dan pola adaptasi masyarakat terhadap perubahan lingkungan ekonomi. Relokasi pasar yang hanya menitikberatkan pada perbaikan fisik tanpa mempertimbangkan kesiapan perilaku konsumen berisiko menciptakan pasar yang bagus secara tampilan, namun kurang efektif dari segi fungsi ekonomi. Rendahnya jumlah pengunjung tidak hanya menurunkan omzet pedagang, tetapi juga berdampak pada stagnasi perputaran barang dan jasa, menurunkan semangat dagang, dan memperlemah dinamika ekonomi mikro yang sebelumnya berjalan aktif di pasar lama.

Fenomena ini menunjukkan bahwa kebijakan relokasi perlu didesain secara holistik, tidak hanya berorientasi pada pembangunan infrastruktur, tetapi juga menyentuh aspek sosial, budaya, dan perilaku masyarakat. Perlu adanya pendekatan edukatif yang sistematis untuk mengubah pola pikir masyarakat terkait pentingnya tertib pasar, termasuk kampanye publik mengenai manfaat jangka panjang dari penataan pasar dan kedisiplinan dalam memanfaatkan fasilitas yang telah disediakan. Selain itu, diperlukan dukungan fasilitas transportasi umum yang memadai dan terintegrasi dengan pasar, agar masyarakat memiliki akses yang mudah dan murah untuk menjangkau lokasi. Lebih jauh, keberhasilan relokasi pasar juga sangat ditentukan oleh kemampuan pemerintah dalam menjalin komunikasi dua arah dengan para pedagang dan pembeli. Partisipasi aktif dari seluruh pihak, baik dalam proses perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi, akan mendorong rasa memiliki terhadap kebijakan yang dibuat, sehingga implementasinya lebih diterima dan dijalankan secara bersama. Dalam konteks ini, efektivitas relokasi pasar bukan hanya persoalan menata ruang, melainkan juga soal membangun sinergi antara kebijakan publik dengan dinamika sosial ekonomi masyarakat yang menjadi sasaran utamanya. Dengan pendekatan yang lebih inklusif, adaptif, dan berbasis pada kebutuhan nyata di lapangan, kebijakan relokasi seperti yang dilakukan di Pasar Bauntung diharapkan ke depannya tidak hanya menghasilkan pasar yang tertib dan modern, tetapi juga mampu menjadi pusat pertumbuhan ekonomi lokal yang hidup, produktif, dan berkelanjutan.

3.3 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Temuan utama dari penelitian ini menunjukkan bahwa program relokasi Pasar Bauntung Kota Banjarbaru belum sepenuhnya efektif dalam meningkatkan pendapatan pedagang. Meskipun secara fisik relokasi berhasil menyediakan sarana dan prasarana yang

lebih layak, modern, dan tertib, namun dampak ekonominya belum dirasakan secara merata oleh seluruh pedagang. Banyak pedagang mengalami penurunan omzet pasca relokasi akibat berkurangnya jumlah pembeli yang disebabkan oleh aksesibilitas yang terbatas dan lokasi pasar yang dianggap kurang strategis.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Romadon et al (2024) yang menemukan bahwa relokasi Pasar Bauntung berdampak negatif terhadap pendapatan pedagang sayur. Sama halnya dengan hasil penelitian ini, Romadon et al. menyimpulkan bahwa lokasi pasar baru yang sulit diakses dan minimnya transportasi umum menjadi faktor utama penurunan jumlah pembeli. Dengan demikian, temuan ini memperkuat hasil penelitian tersebut, khususnya dalam menekankan pentingnya aksesibilitas pasar sebagai faktor penentu keberhasilan relokasi. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Salsabila & Wardhana (2023) yang menyatakan bahwa kebijakan relokasi Pasar Bauntung belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang. Sama halnya dengan penelitian ini, mereka menyoroti rendahnya partisipasi pedagang dalam proses perencanaan sebagai salah satu penyebab ketidakefektifan kebijakan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pendekatan partisipatif sangat penting dalam merancang kebijakan relokasi agar diterima dan dijalankan secara maksimal oleh pelaku usaha.

Di sisi lain, temuan ini menolak penelitian (Utari & Sudiana, 2017) tentang relokasi Pasar Badung di Bali, yang menyimpulkan bahwa relokasi memberikan dampak cukup positif terhadap pendapatan pedagang dan dianggap efektif. Perbedaan ini menunjukkan bahwa efektivitas kebijakan relokasi sangat dipengaruhi oleh konteks lokal, terutama dari segi lokasi, transportasi, dan karakteristik konsumen. Dalam konteks Banjarbaru, fasilitas fisik yang telah ditingkatkan tidak serta-merta menggerakkan aktivitas ekonomi apabila tidak diimbangi dengan kemudahan akses dan strategi pemasaran yang tepat. Dengan membandingkan temuan ini terhadap berbagai penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa efektivitas relokasi pasar tidak dapat dinilai semata-mata dari keberhasilan pembangunan infrastruktur, tetapi harus memperhatikan dimensi sosial dan ekonomi secara lebih holistik. Oleh karena itu, temuan dalam penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperkuat argumen bahwa keberhasilan relokasi pasar sangat bergantung pada keterpaduan antara penataan fisik, strategi adaptasi ekonomi pedagang, aksesibilitas lokasi, serta keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan.

3.4 Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Terdapat temuan menarik lainnya dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa meskipun relokasi Pasar Bauntung telah menghadirkan fasilitas yang lebih modern, bersih, dan tertib, peningkatan infrastruktur tersebut belum berdampak signifikan terhadap pendapatan pedagang. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan relokasi tidak hanya ditentukan oleh kualitas fisik, tetapi juga oleh kemudahan akses, strategi pemasaran, dan adaptasi pedagang terhadap lingkungan baru. Fasilitas seperti Wi-Fi gratis dan ruang usaha yang tertata belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan literasi digital. Selain itu, minimnya keterlibatan pedagang dalam proses perencanaan turut memengaruhi rendahnya rasa memiliki, yang berdampak pada motivasi usaha. Temuan ini juga menunjukkan bahwa perubahan tata ruang mengurangi intensitas interaksi sosial antar pedagang. Dengan demikian, relokasi pasar memerlukan pendekatan yang lebih menyeluruh, mencakup aspek sosial, ekonomi, dan partisipasi aktif dari pelaku usaha.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas program relokasi dalam meningkatkan pendapatan pedagang di Pasar Bauntung Kota Banjarbaru, diperoleh dua kesimpulan utama. Pertama, program relokasi belum berjalan secara efektif. Dari lima dimensi teori efektivitas, hanya enam dari sepuluh indikator yang tercapai, yaitu sikap pedagang,

tanggapan pembeli, jumlah pedagang sebelum dan sesudah relokasi, kualitas pelayanan, sarana prasarana, serta manajemen pasar. Sementara itu, empat indikator belum tercapai, yakni waktu pelaksanaan relokasi, target pedagang, peningkatan pendapatan, dan penjualan. Kedua, faktor utama yang menghambat peningkatan pendapatan pedagang adalah penurunan jumlah pembeli, yang disebabkan oleh lokasi pasar yang kurang strategis dan minimnya akses angkutan umum. Kondisi ini berdampak langsung pada menurunnya pendapatan para pedagang.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan informan yang tidak mewakili seluruh pedagang, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan secara menyeluruh. Lokasi penelitian yang hanya terfokus pada Pasar Bauntung juga membatasi ruang lingkup analisis dan perbandingan. Selain itu, keterbatasan waktu penelitian memengaruhi kedalaman data yang diperoleh, dan beberapa faktor eksternal seperti kondisi ekonomi daerah serta kebijakan pendukung belum dianalisis secara mendalam.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Peneliti menyadari bahwa ruang lingkup penelitian ini masih terbatas dan belum mampu mencakup seluruh aspek yang memengaruhi efektivitas program relokasi pasar secara menyeluruh. Oleh karena itu, arah penelitian di masa depan diharapkan dapat memperluas objek kajian pada pasar tradisional lainnya untuk memberikan perbandingan antar wilayah. Pendekatan kuantitatif juga dapat digunakan guna memperoleh data yang lebih terukur terkait dampak relokasi terhadap pendapatan pedagang. Selain itu, penting untuk mengeksplorasi lebih dalam peran partisipasi pedagang, strategi pemasaran, aksesibilitas transportasi, serta faktor sosial dan budaya dalam proses adaptasi pasca relokasi. Penelitian jangka panjang (*longitudinal*) juga perlu dilakukan agar dapat melihat perubahan secara bertahap dan berkelanjutan terhadap kondisi ekonomi pedagang di lokasi baru.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada Kepala Dinas Perdagangan Kota Banjarbaru beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan izin, dukungan, dan kesempatan kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian di Pasar Bauntung. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, mendukung, dan berkontribusi dalam kelancaran serta keberhasilan pelaksanaan penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Abbas, Q. (2024). The Effectiveness of Augmented Reality in Digital Marketing Campaigns. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 7(1), 45–98. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10471665>

Badan Pusat Statistik Kota Banjarbaru. (2022). *Peranan PDRB Kota Banjarbaru ADHB Menurut Lapangan Usaha*. <https://banjarbarukota.bps.go.id/id/publication/2024/04/04/740df021065205f3bea3aad7/gross-regional-domestic-product-of-banjarbaru-municipality-by-industry-2019-2023.html>

Banjarbaru. (2021). *Rencana Pemindahan Pedagang Pasar Bautung ke Stadion Gawi Sabaratan*. Pemerintah Kota Banjarbaru.

Hofstetter, R., de Bellis, E., Brandes, L., Clegg, M., Lamberton, C., Reibstein, D., Rohlfen, F., Schmitt, B., & Zhang, J. Z. (2022). Crypto-marketing: how non-fungible tokens (NFTs) challenge traditional marketing. *Marketing Letters*, 33(4), 705–711. <https://doi.org/10.1007/s11002-022-09639-2>

- Idris, S., Umar, R., Lullulangi, M., & Pertiwi, N. (2022). The Traditional Market Function Based on Sustainable Development. *In 1st World Conference on Social and Humanities Research* , 57–60. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220402.013>
- Kumalasari, A. I., & Cahyani, R. A. T. (2023). Infrastructure development recommendation for traditional market to promote economic growth: A case study of Landungsari traditional market. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(3), 536–544. <https://doi.org/10.22219/jcse.v4i3.26774>
- Kusnadi, I. H. (2020). Implikasi, Urusan Dan Prospek Otonomi Daerah. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 11(1), 36–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/kebijakan.v11i1.2233>
- Mintawati, H., Sudiantini, D., Chandrasari Desianti, L., Handayani, S., Rohida, L., Anggraeni, N., Intan Nosa Lince, P., Winarni, W., Widaningsih, W., & Lambelanova, R. (2025). Efektivitas Coaching Clinics dalam Meningkatkan kolaborasi, Kemampuan Dosen dan Praktisi dalam Mengajukan Hibah Penelitian. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 65–69. <https://doi.org/https://doi.org/10.59066/jpkm.v1i2.1104>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Putra, P., & Sawarjuwono, T. (2019). Traditional Market Merchant Attitudes in the Perspective of Islamic Business Ethics. *Año*, 35, 1471–1487.
- Rapanna, P., & Sukarno, Z. (2017). *Ekonomi Pembangunan (Vol. 1)* . Sah Media.
- Romadon, A. A., Kurniawan, A. Y., & Hamdani, H. (2024). Analisis Dampak Relokasi Pasar Terhadap Pedagang Sayur (Pasar Bauntung Banjarbaru). *Frontier Agribisnis* , 8(1), 85–92.
- Salsabila, N., & Wardhana, A. (2023). Kebijakan Relokasi Pasar dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Kasus: Pasar Bauntung Baru Banjarbaru. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Simangunsong, F. (2017). *Metodologi Penelitian Pemerintahan*. Alfabeta.
- Suryono, A. (2010). *Dimensi-Dimensi Prima Teori Pembangunan*. Universitas Brawijaya Press.
- Sutrisno, E. (2018). *Budaya Organisasi*. Prenada Media Group.
- Utari, N. M. D., & Sudiana, I. K. (2017). Efektivitas Relokasi Pasar dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Badung. 6(7), 1243–127. <https://doi.org/https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/29236/18747>
- Yahya, A., Husnaini, H., Inayah, N., & Putri, W. (2024). Developing Common Expressions Book in Indonesian Traditional Market in Three Languages (English-Indonesian-Mandarin). *Language Circle: Journal of Language and Literature*, 18(2). <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/lc>