PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF SATUAN POLISI PAMONG PRAJA TERHADAP KEPATUHAN PEDAGANG DI PASAR RAKYAT TOMBATU KABUPATEN MINAHASA TENGGARA

Arter Andreas Tondatuon
NPP. 33.0843
Program Studi Praktik Perpolisian Tata Pamong
Email: artertondatuon04@gmail.com

Pembimbing Skripsi: Prof. Dr. Drs. H. Kusworo, M.Si
Email: kusworo1709@gmail.com

ABSTRACT

Problem Statement (Research Gap): *This study focuses on the increasing number of public order violations committed by traders in the Tombatu Public Market, Southeast Minahasa Regency, which has occurred alongside the annual growth in the number of traders. Meanwhile, the influence of persuasive communication carried out by the Civil Service Police Unit (Satuan Polisi Pamong Praja / Satpol PP) in improving traders' compliance has not yet been empirically measured.* ***Purpose:*** *This study aims to analyze the influence of persuasive communication by the Civil Service Police Unit on traders' compliance in the Tombatu Public Market, Southeast Minahasa Regency*. ***Method:*** *This study employed a quantitative method with an explanatory survey design. Data were collected through questionnaires distributed to 73 respondents selected from a population of 253 traders using a stratified random sampling technique. Data analysis was conducted using descriptive statistics, simple linear regression analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing.* ***Result:*** *The results indicate that the persuasive communication of the Civil Service Police Unit was categorized as high (72.69%), with the psychological appeal dimension scoring the highest (82.19%) and the strengthening arguments and evidence dimension scoring the lowest (62.33%). Traders' compliance was also categorized as high (75.46%), with the Belief dimension obtaining the highest score (85.34%) and the Act dimension the lowest (64.73%). Regression analysis revealed that persuasive communication contributed 64.80% to traders' compliance, while the remaining 35.20% was influenced by other factors outside the scope of this study*. ***Conclusion:*** *This study concludes that the persuasive communication conducted by the Civil Service Police Unit has a significant effect on traders' compliance in the Tombatu Public Market. The more effective the persuasive communication implemented, the higher the level of traders' compliance with applicable regulations, thereby supporting the realization of public order and tranquility within the public market environment.*

Keywords: *Compliance; Persuasive Communication; Public Market; Traders; Civil Service Police Unit.*

ABSTRAK

Permasalahan (Kesenjangan Penelitian/Research Gap): Fokus kajian pada meningkatnya jumlah pelanggaran ketertiban oleh pedagang di Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara yang terjadi seiring bertambahnya jumlah pedagang setiap tahun, sementara pengaruh komunikasi persuasif yang dilakukan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dalam meningkatkan kepatuhan pedagang masih belum terukur secara empiris. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja terhadap kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain survei eksplanatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 73 responden yang dipilih dari populasi sebanyak 253 pedagang melalui teknik stratified random sampling. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis. **Hasil/Temuan:** Hasil menunjukan komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja berada pada kategori tinggi (72,69%) dengan dimensi daya tarik psikologis (82,19%) tertinggi dan dimensi memperkuat argumen dan bukti (62,33%) terendah. Kepatuhan pedagang mencapai kategori tinggi (75,46%) dengan dimensi Belief (85,34%) tertinggi dan dimensi Act (64,73%). Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa komunikasi persuasif memberikan kontribusi pengaruh sebesar 64,80% terhadap kepatuhan pedagang, sedangkan sebesar 35,20% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. **Kesimpulan:** Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi persuasif Satpol PP berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu. Semakin efektif komunikasi persuasif yang dilakukan, semakin tinggi tingkat kepatuhan pedagang terhadap peraturan yang berlaku sehingga dapat mendukung terciptanya ketertiban dan ketenteraman umum di lingkungan pasar rakyat.

Kata kunci: Kepatuhan; Komunikasi Persuasif; Pasar Rakyat; Pedagang; Satuan Polisi Pamong Praja.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat merupakan salah satu urusan pemerintahan wajib yang berkaitan dengan pelayanan dasar yang harus diselenggarakan oleh pemerintah daerah (Eviany, 2025). Dalam pelaksanaannya, pemerintah daerah memiliki perangkat khusus yang bertugas menegakkan peraturan daerah serta menjaga ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat, yaitu Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP). Keberadaan Satpol PP tidak hanya berfungsi sebagai aparat penegak peraturan daerah, tetapi juga sebagai fasilitator yang membangun kesadaran masyarakat agar mematuhi ketentuan yang berlaku melalui pendekatan yang humanis dan persuasif (Republik Indonesia, 2018).

Penyelenggaraan ketertiban umum di kawasan pasar rakyat menjadi salah satu tantangan yang sering dihadapi pemerintah daerah. Pasar rakyat merupakan pusat aktivitas ekonomi masyarakat yang melibatkan interaksi antara pedagang, pembeli, serta berbagai pemangku kepentingan lainnya. Tingginya intensitas aktivitas perdagangan sering kali menimbulkan berbagai pelanggaran ketertiban, seperti penggunaan fasilitas umum yang tidak sesuai peruntukan, penempatan lapak di area terlarang, serta ketidakpatuhan terhadap aturan pengelolaan pasar. Kondisi tersebut berpotensi mengganggu kenyamanan, keamanan, dan kelancaran aktivitas ekonomi masyarakat apabila tidak ditangani secara tepat (Wasistiono, 2020).

Kabupaten Minahasa Tenggara merupakan salah satu daerah yang terus berupaya meningkatkan kualitas pengelolaan pasar rakyat melalui berbagai kebijakan dan regulasi daerah. Salah satu pasar yang memiliki peran strategis dalam aktivitas perekonomian masyarakat adalah Pasar Rakyat Tombatu. Pasar ini menjadi pusat perdagangan bagi masyarakat Kecamatan Tombatu Utara dan wilayah sekitarnya sehingga aktivitas ekonomi berlangsung secara dinamis setiap hari. Seiring meningkatnya jumlah pedagang yang beraktivitas di pasar tersebut, berbagai persoalan ketertiban juga mengalami peningkatan. Berdasarkan data penelitian, jumlah pedagang di Pasar Rakyat Tombatu meningkat dari 210 orang pada tahun 2023 menjadi 230 orang pada tahun 2024 dan mencapai 253 orang pada tahun 2025. Pada periode yang sama, jumlah pelanggaran ketertiban juga meningkat dari 32 kasus pada tahun 2023 menjadi 38 kasus pada tahun 2024 dan 45 kasus pada tahun 2025 (Satuan Polisi Pamong Praja Kab. Minahasa Tenggara, 2026). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas perdagangan belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan kepatuhan pedagang terhadap aturan yang berlaku. Pengelolaan Pasar Rakyat Tombatu dilaksanakan berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Minahasa Tenggara Nomor 2 Tahun 2017 tentang Pengelolaan Pasar Rakyat yang mengatur hak, kewajiban, serta tata tertib bagi pedagang dalam menjalankan aktivitas perdagangan (Pemerintah Kabupaten Minahasa Tenggara, 2017).

Dalam melaksanakan tugas penegakan peraturan daerah, Satpol PP memiliki kewenangan untuk melakukan pembinaan dan penyuluhan kepada masyarakat, termasuk pedagang pasar, melalui berbagai bentuk komunikasi yang bertujuan membangun kesadaran hukum dan mendorong kepatuhan terhadap aturan yang berlaku. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam proses tersebut adalah komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan memengaruhi sikap, keyakinan, maupun perilaku individu sehingga bersedia melakukan tindakan tertentu secara sukarela (DeVito, 1997). Pendekatan ini dipandang memiliki potensi dalam membangun kesadaran hukum masyarakat karena menempatkan masyarakat sebagai mitra yang perlu diberikan pemahaman mengenai pentingnya kepatuhan terhadap aturan yang berlaku. Melalui komunikasi yang baik, Satpol PP dapat menjelaskan tujuan penertiban, memberikan edukasi mengenai regulasi pasar, serta membangun hubungan yang harmonis dengan para pedagang.

Pentingnya komunikasi persuasif dalam membentuk perilaku kepatuhan juga didukung oleh berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan secara interpersonal, komunikatif, dan mempertimbangkan karakteristik penerima pesan mampu meningkatkan penerimaan individu terhadap aturan serta mendorong kepatuhan yang bersifat sukarela (Fennis et al., 2006; O'Keefe & Jensen, 2006; Feeley et al., 2012).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kajian yang mampu menjelaskan sejauh mana komunikasi persuasif yang dilakukan Satpol PP berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu. Hal ini penting mengingat sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada sektor perpajakan, kesehatan, maupun perubahan perilaku sosial secara umum, sedangkan penelitian mengenai komunikasi persuasif Satpol PP pada konteks pasar rakyat masih relatif terbatas dan umumnya bersifat deskriptif tanpa mengukur besarnya pengaruh komunikasi persuasif terhadap tingkat kepatuhan pedagang. Penelitian ini menjadi penting karena hasilnya dapat memberikan gambaran empiris mengenai efektivitas pendekatan komunikasi persuasif dalam mendukung pelaksanaan tugas Satpol PP sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan strategi penegakan peraturan yang lebih efektif, humanis, dan berkelanjutan.

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil *(Research Gap)*

Penelitian ini berfokus pada permasalahan kepatuhan pedagang terhadap peraturan dan tata tertib yang berlaku di Pasar Rakyat Tombatu, Kabupaten Minahasa Tenggara. Pasar rakyat merupakan ruang publik yang memiliki intensitas interaksi sosial dan ekonomi yang tinggi sehingga berpotensi menimbulkan berbagai bentuk pelanggaran ketertiban apabila tidak dikelola secara baik. Seiring meningkatnya jumlah pedagang yang beraktivitas di Pasar Rakyat Tombatu, jumlah pelanggaran ketertiban juga mengalami peningkatan dari 32 kasus pada tahun 2023 menjadi 38 kasus pada tahun 2024 dan mencapai 45 kasus pada tahun 2025 (Satuan Polisi Pamong Praja Kab. Minahasa Tenggara, 2026). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas perdagangan belum sepenuhnya diikuti oleh meningkatnya kepatuhan pedagang terhadap ketentuan yang berlaku.

Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepatuhan pedagang terhadap aturan pasar. Sebagian pedagang masih memandang aturan pasar sebagai pembatas aktivitas ekonomi sehingga kurang memahami tujuan penerapan ketertiban. Selain itu, karakteristik pedagang pasar rakyat yang beragam dari segi usia, tingkat pendidikan, serta pengalaman berdagang menyebabkan adanya perbedaan dalam penerimaan informasi dan pemahaman terhadap regulasi yang disampaikan pemerintah. Kondisi tersebut menjadikan upaya pembinaan melalui komunikasi sebagai salah satu pendekatan yang penting dalam mendukung penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas komunikasi persuasif dalam konteks perpajakan, kesehatan, perubahan perilaku sosial, maupun proses penertiban pedagang kaki lima, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja terhadap tingkat kepatuhan pedagang pada lingkungan pasar rakyat. Selain itu, kajian mengenai komunikasi persuasif Satpol PP umumnya masih menitikberatkan pada proses komunikasi dan strategi penertiban secara deskriptif, sehingga belum memberikan gambaran empiris mengenai besarnya pengaruh komunikasi persuasif terhadap kepatuhan pedagang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memahami hubungan antara komunikasi persuasif Satpol PP dan kepatuhan pedagang pada konteks Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara.

1.3. Urgensi Penelitian

Penelitian ini penting dilakukan karena kepatuhan masyarakat terhadap peraturan daerah merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan penyelenggaraan ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat. Pasar rakyat sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat perlu dikelola secara tertib agar mampu memberikan rasa aman, nyaman, dan mendukung kelancaran kegiatan perdagangan. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kepatuhan pedagang terhadap peraturan pasar perlu mendapatkan perhatian guna mewujudkan penyelenggaraan ketertiban umum yang efektif dan berkelanjutan.

Dari aspek keilmuan, penelitian ini penting karena dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi pemerintahan, administrasi publik, dan praktik perpolisian tata pamong, khususnya yang berkaitan dengan pembinaan masyarakat melalui pendekatan komunikasi. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmiah mengenai hubungan antara komunikasi persuasif dan perilaku kepatuhan masyarakat dalam konteks penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum.

Dari aspek praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Satpol PP Kabupaten Minahasa Tenggara dalam mengevaluasi dan mengembangkan strategi pembinaan kepada pedagang pasar. Selain itu, hasil penelitian juga dapat dimanfaatkan oleh pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengelolaan pasar rakyat yang lebih partisipatif, humanis, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat setempat.

Pemerintah daerah dan Satuan Polisi Pamong Praja memerlukan informasi empiris mengenai hubungan antara komunikasi persuasif dan tingkat kepatuhan pedagang sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pelaksanaan fungsi pembinaan masyarakat. Ketersediaan informasi tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana komunikasi persuasif berperan dalam membentuk perilaku patuh pedagang terhadap peraturan yang berlaku serta mendukung upaya penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum yang lebih efektif dan berkelanjutan.

1.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada berbagai penelitian terdahulu yang membahas komunikasi persuasif dalam membentuk perilaku kepatuhan masyarakat. Secara umum, penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa komunikasi persuasif memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran, mengubah sikap, dan mendorong individu untuk mematuhi aturan tanpa harus mengandalkan pendekatan koersif atau represif. Yusuf dan Prianggono mengkaji pengaruh komunikasi persuasif terhadap sikap patuh pedagang kios Candi Borobudur menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan komunikasi persuasif dan perilaku kepatuhan, yang berfokus pada pedagang kios sebagai objek penelitian (Yusuf & Prianggono, 2021). Azizah meneliti keterampilan komunikasi persuasif pegawai pajak terhadap kepatuhan wajib pajak menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan komunikasi persuasif dan kepatuhan perpajakan, dengan objek wajib pajak pada KPP Pratama Blitar (Azizah, 2021). Penelitian Panjaitan, Zulkarnain, dan Ginting membahas komunikasi persuasif petugas pajak dan sanksi terhadap kepatuhan wajib pajak menggunakan pendekatan komunikasi persuasif dan kepatuhan administratif, dengan objek wajib pajak di Medan Timur (Panjaitan et al., 2022). Selanjutnya, Saputra mengkaji komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban pedagang kaki lima menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan komunikasi pemerintahan dan ketertiban umum, yang berfokus pada pedagang kaki lima di Kota Palembang (Saputra, 2024). Dalam konteks pemerintahan daerah, Wasistiono dan Simangunsong menjelaskan bahwa keberhasilan penyelenggaraan pemerintahan sangat dipengaruhi oleh kemampuan aparatur dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat melalui pendekatan yang komunikatif dan partisipatif, sehingga mampu meningkatkan efektivitas implementasi kebijakan dan mendorong dukungan masyarakat secara sukarela (Wasistiono & Simangunsong, 2015). Sejalan dengan itu, Wasistiono menjelaskan bahwa penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum tidak hanya bertumpu pada penegakan hukum, tetapi juga memerlukan strategi pembinaan dan edukasi kepada masyarakat melalui pendekatan yang lebih humanis dan berkelanjutan (Wasistiono, 2020). Pandangan tersebut didukung oleh Feld dan Frey yang meneliti kepatuhan sebagai hasil dari hubungan psikologis antara pemerintah dan masyarakat. Penelitian tersebut menemukan bahwa tingkat kepatuhan meningkat ketika pemerintah mampu membangun hubungan yang didasarkan pada rasa saling percaya dan penghargaan, sedangkan pendekatan yang terlalu represif berpotensi menurunkan kepatuhan sukarela masyarakat terhadap aturan yang berlaku (Feld & Frey, 2007). Adapun Bello dan Eledi meneliti model komunikasi persuasif terhadap penerimaan vaksin menggunakan pendekatan komunikasi massa dan perubahan perilaku sosial, dengan objek masyarakat pada wilayah terisolasi (Bello & Eledi, 2025). Temuan penelitian tersebut diperkuat Fennis, Das, dan Pruyn yang mengkaji komunikasi interpersonal terhadap kepatuhan individu dan menemukan bahwa pendekatan komunikasi yang dilakukan secara persuasif mampu meningkatkan penerimaan individu terhadap aturan maupun permintaan tertentu (Fennis et al., 2006). Sejalan dengan itu, O'Keefe dan Jensen meneliti efektivitas strategi penyampaian pesan persuasif terhadap perilaku kepatuhan dan menemukan bahwa pesan yang menonjolkan manfaat kepatuhan lebih efektif dibandingkan pesan yang hanya menekankan ancaman pelanggaran (O'Keefe & Jensen, 2006). Temuan tersebut diperkuat oleh Rothman, Bartels, Wlaschin, dan Salovey yang

mengkaji efektivitas strategi komunikasi persuasif terhadap perubahan perilaku, dengan hasil bahwa keberhasilan persuasi sangat dipengaruhi oleh kesesuaian strategi komunikasi dengan karakteristik penerima pesan (Rothman et al., 2006). Selain itu, Feeley, Anker, dan Aloe meneliti strategi komunikasi persuasif terhadap kepatuhan perilaku individu dan menemukan bahwa komunikasi yang dilakukan secara bertahap, interpersonal, dan mempertimbangkan respons psikologis penerima pesan cenderung menghasilkan kepatuhan yang lebih bertahan dibandingkan pendekatan yang bersifat memaksa (Feeley et al., 2012). Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu tersebut, dapat dipahami bahwa komunikasi persuasif memiliki hubungan erat dengan pembentukan perilaku kepatuhan masyarakat. Namun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada sektor formal seperti perpajakan, kesehatan, maupun kajian komunikasi secara umum, sementara penelitian mengenai pengaruh komunikasi persuasif terhadap kepatuhan pedagang pada konteks pasar rakyat masih sangat terbatas. Selain itu, penelitian mengenai komunikasi persuasif oleh Satuan Polisi Pamong Praja lebih banyak membahas proses penertiban secara deskriptif dan belum mengukur secara empiris besarnya pengaruh komunikasi persuasif terhadap tingkat kepatuhan pedagang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji pengaruh komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja terhadap kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara.

1.5. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penelitian yang dilakukan penulis memiliki kebaruan dari beberapa aspek. Pertama, dari aspek objek penelitian, penelitian ini secara khusus mengkaji pedagang Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara sebagai kelompok sasaran yang berinteraksi langsung dengan kebijakan ketertiban umum dan pengelolaan pasar. Kedua, dari aspek kelembagaan, penelitian ini menempatkan Satuan Polisi Pamong Praja sebagai subjek utama yang melaksanakan komunikasi persuasif dalam rangka meningkatkan kepatuhan masyarakat. Ketiga, dari aspek variabel penelitian, penelitian ini menghubungkan secara langsung komunikasi persuasif yang diukur melalui dimensi memperkuat argumen dan bukti, daya tarik psikologis, serta daya tarik kredibilitas dengan tingkat kepatuhan pedagang yang diukur melalui dimensi *belief, accept,* dan *act*. Keempat, dari aspek metode, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana untuk mengukur besarnya pengaruh komunikasi persuasif terhadap kepatuhan pedagang secara empiris.

Dengan demikian, kebaruan ilmiah penelitian ini terletak pada upaya mengukur dan membuktikan pengaruh komunikasi persuasif Satpol PP terhadap kepatuhan pedagang pada pasar rakyat dalam konteks penyelenggaraan ketertiban umum di daerah. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai praktik perpolisian tata pamong serta memberikan perspektif baru bahwa pendekatan persuasif dapat menjadi instrumen yang efektif dalam mendukung pelaksanaan tugas Satpol PP dan meningkatkan kepatuhan masyarakat terhadap peraturan daerah.

1.6. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja terhadap kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan serta mengukur besarnya pengaruh komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja terhadap kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara. Melalui pendekatan kuantitatif, peneliti dapat

memperoleh data yang terukur dan objektif sehingga hubungan antara variabel komunikasi persuasif dan kepatuhan pedagang dapat dianalisis secara statistik. Metode survei eksplanatif digunakan karena penelitian tidak hanya mendeskripsikan fenomena yang terjadi, tetapi juga menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui pengujian hipotesis (Creswell & Creswell, 2018; Sugiyono, 2024).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang beraktivitas di Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara yang berjumlah 253 orang. Mengingat jumlah populasi yang cukup besar, peneliti menggunakan teknik *stratified random sampling* untuk menentukan sampel penelitian. Teknik ini dipilih agar setiap kelompok pedagang memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden sehingga sampel yang diperoleh dapat mewakili karakteristik populasi secara lebih proporsional. Berdasarkan perhitungan sampel yang dilakukan peneliti, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 73 pedagang.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada seluruh responden yang telah ditetapkan sebagai sampel penelitian. Kuesioner digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Satpol PP serta tingkat kepatuhan pedagang terhadap aturan yang berlaku di Pasar Rakyat Tombatu. Selain kuesioner, peneliti juga melakukan observasi lapangan dan studi dokumentasi untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi pasar, aktivitas pedagang, serta pelaksanaan tugas Satpol PP dalam menjaga ketertiban umum. Penggunaan beberapa teknik pengumpulan data tersebut dilakukan untuk mendukung akurasi data penelitian dan memperkuat interpretasi hasil penelitian.

Variabel komunikasi persuasif dalam penelitian ini diukur menggunakan teori DeVito (1997) yang terdiri atas tiga dimensi, yaitu memperkuat argumen dan bukti, daya tarik psikologis, serta daya tarik kredibilitas. Sementara itu, variabel kepatuhan pedagang diukur menggunakan teori Blass (1999) yang meliputi tiga dimensi, yaitu *belief* (mempercayai), *accept* (menerima), dan *act* (melakukan). Seluruh indikator penelitian terlebih dahulu diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner terlebih dahulu dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk mengetahui gambaran tingkat komunikasi persuasif dan kepatuhan pedagang. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh komunikasi persuasif terhadap kepatuhan pedagang. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji *t* untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi komunikasi persuasif dalam menjelaskan variasi kepatuhan pedagang. Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Rakyat Tombatu, Kabupaten Minahasa Tenggara, Provinsi Sulawesi Utara. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada adanya fenomena peningkatan jumlah pelanggaran ketertiban yang dilakukan pedagang serta penerapan komunikasi persuasif oleh Satpol PP sebagai salah satu strategi pembinaan dan penegakan peraturan daerah. Pengumpulan data dilakukan selama pelaksanaan penelitian skripsi pada tahun 2025, mulai dari tahap observasi awal, penyebaran kuesioner, pengumpulan dokumentasi, hingga pengolahan data dan penyusunan laporan penelitian. Dengan metode tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh komunikasi persuasif Satpol PP terhadap kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Memperkuat Argumen dan Bukti

Dimensi memperkuat argumen dan bukti merupakan salah satu unsur utama dalam komunikasi persuasif sebagaimana dikemukakan oleh DeVito (1997). Dimensi ini menekankan kemampuan komunikator dalam menyampaikan informasi yang logis, jelas, serta didukung oleh fakta dan alasan yang dapat diterima oleh komunikan. Dalam konteks penelitian ini, dimensi memperkuat argumen dan bukti digunakan untuk menilai kemampuan petugas Satuan Polisi Pamong Praja dalam menjelaskan aturan pasar, memberikan alasan mengenai pentingnya kepatuhan terhadap peraturan, serta menjawab pertanyaan atau keberatan yang disampaikan oleh pedagang.

Tabel 1.
Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Memperkuat Argumen dan Bukti

No	Indikator	5	4	3	2	1	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Kejelasan informasi dan penjelasan yang diberikan oleh petugas terkait aturan pasar	3	21	30	17	2	225	365	61,64%	Cukup
2	Kecakapan petugas dalam menyampaikan alasan logis mengenai pentingnya kepatuhan terhadap aturan	4	21	31	14	3	228	365	62,47%	Cukup
3	Kemampuan petugas menjawab pertanyaan atau keberatan pedagang secara bijak dan argumentatif	3	22	33	11	4	228	365	62,47%	Cukup
4	Ketegasan petugas dalam menyampaikan aturan tanpa menimbulkan konflik. Petugas berbicara dengan suara yang sopan dan ramah	4	21	31	15	2	229	365	62,74%	Cukup
Total Skor		**14**	**85**	**125**	**57**	**11**	**910**	**1460**	**62,33%**	**Cukup**

Sumber: Hasil olah data kuesioner, 2026.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel di atas, dimensi memperkuat argumen dan bukti memperoleh persentase sebesar 62,33 persen dan berada pada kategori cukup. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan petugas Satpol PP dalam memberikan penjelasan yang logis dan argumentatif kepada pedagang sudah berjalan cukup baik, namun masih terdapat ruang untuk peningkatan. Sebagian pedagang menilai bahwa informasi yang diberikan telah dapat dipahami, tetapi belum seluruhnya mampu meyakinkan pedagang mengenai pentingnya kepatuhan terhadap aturan pasar.

Temuan ini menunjukkan bahwa aspek argumentasi rasional masih menjadi tantangan dalam pelaksanaan komunikasi persuasif. Kejelasan informasi, kemampuan menjawab keberatan, serta penyampaian alasan yang logis perlu terus diperkuat agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima oleh pedagang. Semakin kuat argumen dan bukti yang disampaikan, maka semakin besar pula peluang terciptanya kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku di lingkungan pasar.

3.2. Daya Tarik Psikologis

Daya tarik psikologis merupakan dimensi komunikasi persuasif yang berkaitan dengan kemampuan komunikator dalam membangun hubungan emosional, menciptakan rasa nyaman, serta menumbuhkan kesediaan komunikan untuk menerima pesan yang disampaikan. Menurut DeVito (1997), pendekatan psikologis menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan komunikasi persuasif karena individu cenderung lebih mudah menerima informasi dari pihak yang mampu menunjukkan empati, menghargai kondisi mereka, dan membangun hubungan interpersonal yang

baik. Dalam penelitian ini, dimensi daya tarik psikologis digunakan untuk menilai bagaimana Satpol PP membangun komunikasi yang humanis dengan pedagang dalam proses pembinaan dan penegakan aturan pasar.

Tabel 2.
Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Daya Tarik Psikologis

No	Indikator	5	4	3	2	1	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Sikap sopan dan ramah petugas dalam berinteraksi dengan pedagang	27	29	17	0	0	302	365	82,74%	Tinggi
2	Kemampuan petugas menjaga nada suara dan ekspresi agar tetap menenangkan saat berkomunikasi	27	29	17	0	0	302	365	82,74%	Tinggi
3	Penampilan dan bahasa tubuh petugas yang mencerminkan sikap profesional dan bersahabat	24	34	14	1	0	300	365	82,19%	Tinggi
4	Kemampuan petugas menarik perhatian pedagang untuk mendengarkan arahan yang diberikan, namun tetap sopan dan ramah	26	27	18	2	0	296	365	81,10%	Tinggi
Total Skor		**104**	**119**	**66**	**3**	**0**	**1200**	**1460**	**82,19%**	**Tinggi**

Sumber: Hasil olah data kuesioner, 2026.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel di atas, dimensi daya tarik psikologis memperoleh persentase sebesar **82,19 persen** dan berada pada kategori **tinggi**. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendekatan psikologis yang dilakukan oleh Satpol PP telah berjalan dengan baik dan mendapatkan respons positif dari para pedagang. Tingginya nilai pada dimensi ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pedagang merasa dihargai, diperlakukan dengan baik, serta diberikan pemahaman secara santun dalam setiap kegiatan pembinaan maupun penertiban yang dilakukan oleh Satpol PP.

Tingginya capaian pada dimensi daya tarik psikologis menunjukkan bahwa petugas Satpol PP mampu membangun hubungan interpersonal yang baik dengan pedagang. Sikap ramah, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, serta kemampuan memahami kondisi pedagang menjadi faktor yang mendorong efektivitas komunikasi yang dilakukan. Kondisi tersebut menciptakan suasana komunikasi yang lebih terbuka sehingga pedagang lebih mudah menerima arahan maupun penjelasan mengenai pentingnya mematuhi aturan yang berlaku di lingkungan pasar.

Temuan ini memperlihatkan bahwa pendekatan persuasif yang mengedepankan aspek psikologis memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan efektivitas pelaksanaan tugas Satpol PP. Keberhasilan membangun kedekatan emosional dengan masyarakat tidak hanya membantu mengurangi potensi konflik saat penertiban dilakukan, tetapi juga mendorong terbentuknya kesadaran dan kepatuhan yang muncul secara sukarela. Oleh karena itu, dimensi daya tarik psikologis dapat dikatakan sebagai aspek yang paling dominan dalam mendukung keberhasilan komunikasi persuasif Satpol PP terhadap pedagang di Pasar Rakyat Tombatu.

3.3. Daya Tarik Kredibilitas

Daya tarik kredibilitas merupakan dimensi komunikasi persuasif yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan komunikan terhadap komunikator. Menurut DeVito (1997), pesan yang disampaikan oleh komunikator yang dianggap memiliki kompetensi, integritas, dan kewenangan yang

jelas akan lebih mudah diterima dan dipercaya oleh komunikan. Dalam konteks penelitian ini, daya tarik kredibilitas mencerminkan kemampuan Satpol PP dalam menunjukkan profesionalisme, penguasaan terhadap peraturan, serta konsistensi dalam menjalankan tugas sehingga mampu memperoleh kepercayaan dari para pedagang di Pasar Rakyat Tombatu.

Tabel 3.
Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Daya Tarik Kredibilitas

No	Indikator	5	4	3	2	1	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Kompetensi petugas dalam memahami dan menegakkan aturan pasar dengan baik	14	27	24	8	0	266	365	72,88%	Tinggi
2	Sikap jujur dan adil petugas dalam memberikan arahan dan teguran	10	34	22	7	0	266	365	72,88%	Tinggi
3	Konsistensi perilaku petugas yang sesuai dengan aturan yang ditegakkan	12	30	24	7	0	266	365	Tinggi	
4	Kepercayaan pedagang terhadap profesionalitas dan keteladanan petugas	16	31	20	6	0	276	365	75,62%	Tinggi
Total Skor		**52**	**122**	**90**	**28**	**0**	**1074**	**1460**	**73,56%**	**Tinggi**

Sumber: Hasil olah data kuesioner, 2026.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel di atas, dimensi daya tarik kredibilitas berada pada kategori **tinggi**. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang memiliki tingkat kepercayaan yang baik terhadap Satpol PP sebagai aparat yang bertanggung jawab dalam menjaga ketertiban umum dan menegakkan peraturan daerah. Pedagang menilai bahwa petugas Satpol PP memiliki pemahaman yang memadai mengenai aturan yang berlaku serta mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan meyakinkan.

Tingginya tingkat kredibilitas Satpol PP tidak terlepas dari peran institusi sebagai perangkat daerah yang memiliki kewenangan dalam penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum. Kejelasan tugas dan fungsi yang dimiliki Satpol PP memberikan legitimasi kepada petugas dalam melaksanakan pembinaan maupun penertiban terhadap pedagang. Selain itu, pengalaman dan kemampuan petugas dalam berinteraksi dengan masyarakat turut memperkuat kepercayaan pedagang terhadap pesan yang disampaikan.

Temuan ini menunjukkan bahwa kredibilitas merupakan faktor penting dalam keberhasilan komunikasi persuasif. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap komunikator, semakin besar kemungkinan pesan yang disampaikan dapat diterima dan diikuti. Dalam penelitian ini, kredibilitas Satpol PP berperan sebagai penguat efektivitas komunikasi persuasif yang dilakukan kepada pedagang sehingga mendukung terciptanya kepatuhan terhadap aturan pengelolaan pasar. Oleh karena itu, upaya peningkatan profesionalisme, integritas, dan kualitas pelayanan Satpol PP perlu terus dilakukan agar tingkat kepercayaan masyarakat dapat dipertahankan dan ditingkatkan secara berkelanjutan.

3.4. Belief (Mempercayai)

Dimensi *belief* atau mempercayai merupakan salah satu indikator kepatuhan yang dikemukakan oleh Blass (1999). Dimensi ini menggambarkan tingkat keyakinan individu terhadap aturan, kebijakan, maupun pihak yang memiliki otoritas dalam menerapkan aturan tersebut. Dalam penelitian ini, dimensi *belief* digunakan untuk mengukur sejauh mana pedagang mempercayai bahwa peraturan yang diterapkan di Pasar Rakyat Tombatu bertujuan untuk menciptakan ketertiban, kenyamanan, dan keamanan dalam aktivitas perdagangan. Selain itu, dimensi ini juga menggambarkan tingkat kepercayaan pedagang terhadap Satpol PP sebagai aparat yang bertugas melakukan pembinaan dan penegakan peraturan daerah.

Tabel 4.
Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Belief (Mempercayai)

No	Indikator	5	4	3	2	1	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Tingkat kepercayaan pedagang terhadap tujuan positif dari peraturan pasar	30	33	10	0	0	312	365	85,48%	Sangat Tinggi
2	Keyakinan pedagang bahwa kepatuhan menciptakan ketertiban dan keamanan di lingkungan pasar	35	26	12	0	0	315	365	86,30%	Sangat Tinggi
3	Pandangan pedagang terhadap pentingnya kebersihan dan keteraturan pasar	30	32	10	1	0	310	365	84,93%	Sangat Tinggi
4	Persepsi pedagang tentang keadilan dan kelayakan aturan pasar	33	25	14	1	0	309	365	84,66%	Sangat Tinggi
Total Skor		**128**	**116**	**46**	**2**	**0**	**1246**	**1460**	**85,34%**	**Sangat Tinggi**

Sumber: Hasil olah data kuesioner, 2026.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel di atas, dimensi *belief* memperoleh persentase sebesar **85,34 persen** dan berada pada kategori **tinggi**. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang memiliki tingkat kepercayaan yang baik terhadap aturan yang berlaku di lingkungan pasar maupun terhadap Satpol PP sebagai pihak yang melaksanakan pembinaan dan penertiban. Tingginya nilai pada dimensi ini menunjukkan bahwa pedagang telah memahami tujuan penerapan aturan serta meyakini bahwa keberadaan aturan tersebut diperlukan untuk menciptakan lingkungan pasar yang lebih tertib dan nyaman.

Tingginya tingkat kepercayaan pedagang tidak terlepas dari komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Satpol PP dalam memberikan pemahaman mengenai pentingnya kepatuhan terhadap aturan pasar. Melalui pendekatan yang komunikatif dan humanis, pedagang memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai manfaat dari setiap kebijakan yang diterapkan. Kondisi tersebut mendorong terbentuknya keyakinan bahwa aturan yang berlaku bukan semata-mata bertujuan untuk membatasi aktivitas perdagangan, melainkan untuk menjaga kepentingan bersama.

Temuan ini menunjukkan bahwa dimensi *belief* merupakan aspek kepatuhan yang paling kuat dalam penelitian ini dibandingkan dimensi kepatuhan lainnya. Tingginya tingkat kepercayaan yang dimiliki pedagang menjadi modal penting dalam menciptakan kepatuhan yang berkelanjutan. Ketika masyarakat telah mempercayai aturan dan otoritas yang menerapkannya, proses pembinaan maupun penegakan peraturan akan berjalan lebih efektif karena didukung oleh kesadaran yang muncul dari dalam diri individu. Oleh karena itu, upaya membangun dan mempertahankan kepercayaan

masyarakat perlu terus dilakukan sebagai bagian dari strategi peningkatan kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu.

3.5. Accept (Menerima)

Dimensi *accept* atau menerima merupakan indikator kepatuhan yang menunjukkan kesediaan individu untuk menerima aturan, arahan, maupun kebijakan yang ditetapkan oleh pihak yang memiliki kewenangan. Menurut Blass (1999), penerimaan terhadap suatu aturan merupakan tahapan lanjutan setelah individu memiliki keyakinan terhadap aturan tersebut. Dalam penelitian ini, dimensi *accept* digunakan untuk mengukur sejauh mana pedagang bersedia menerima dan mengakui keberadaan aturan pengelolaan pasar serta menerima arahan yang diberikan oleh Satpol PP dalam rangka menjaga ketertiban dan kenyamanan lingkungan pasar.

Tabel 5.
Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Accept (Menerima)

No	Indikator	5	4	3	2	1	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Penerimaan pedagang terhadap arahan dan ketentuan yang diberikan Satpol PP atau pengelola pasar	15	36	16	6	0	279	365	76,44%	Tinggi
2	Tingkat pemahaman pedagang terhadap isi dan tujuan peraturan pasar	16	29	23	5	0	275	365	75,34%	Tinggi
3	Sikap sukarela pedagang dalam menaati peraturan tanpa tekanan	16	31	22	4	0	278	365	76,16%	Tinggi
4	Kesediaan pedagang menyesuaikan perilaku sesuai ketentuan yang berlaku	16	36	17	3	1	282	365	77,26%	Tinggi
Total Skor		**63**	**132**	**78**	**18**	**1**	**1114**	**1460**	**76,30%**	**Tinggi**

Sumber: Hasil olah data kuesioner, 2026.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel di atas, dimensi *accept* berada pada kategori **tinggi**. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang memiliki kesediaan yang baik untuk menerima aturan yang berlaku di Pasar Rakyat Tombatu. Pedagang pada umumnya memahami bahwa aturan yang diterapkan bertujuan untuk menciptakan kondisi pasar yang lebih tertib, aman, dan nyaman bagi seluruh pengguna pasar. Oleh karena itu, sebagian besar responden menunjukkan sikap menerima terhadap kebijakan maupun arahan yang diberikan oleh Satpol PP.

Tingginya tingkat penerimaan pedagang terhadap aturan pasar menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan Satpol PP telah mampu menciptakan pemahaman yang positif di kalangan pedagang. Melalui pendekatan yang mengedepankan dialog dan penjelasan yang mudah dipahami, pedagang tidak hanya mengetahui keberadaan aturan, tetapi juga memahami alasan serta tujuan diterapkannya aturan tersebut. Kondisi ini membantu mengurangi resistensi yang mungkin muncul terhadap kebijakan penertiban maupun pembinaan yang dilakukan oleh pemerintah daerah.

Temuan ini memperlihatkan bahwa penerimaan terhadap aturan merupakan faktor penting dalam proses pembentukan kepatuhan. Pedagang yang menerima aturan cenderung memiliki sikap yang lebih kooperatif dalam mengikuti arahan dan ketentuan yang berlaku. Dengan demikian, keberhasilan Satpol PP dalam membangun penerimaan masyarakat terhadap aturan menjadi salah satu fondasi penting dalam menciptakan kepatuhan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pendekatan

komunikasi yang partisipatif dan persuasif perlu terus dipertahankan agar tingkat penerimaan pedagang terhadap kebijakan pemerintah tetap berada pada kondisi yang baik.

3.6. Act (Melakukan)

Dimensi *act* atau melakukan merupakan indikator kepatuhan yang menunjukkan perilaku nyata individu dalam melaksanakan aturan yang telah dipahami dan diterima. Menurut Blass (1999), kepatuhan yang sesungguhnya tidak hanya tercermin dari keyakinan maupun penerimaan terhadap suatu aturan, tetapi juga dari tindakan nyata yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini, dimensi *act* digunakan untuk mengukur sejauh mana pedagang menerapkan aturan yang berlaku di Pasar Rakyat Tombatu dalam aktivitas perdagangan mereka, seperti menempati lokasi yang telah ditentukan, menjaga ketertiban lingkungan pasar, serta mematuhi arahan yang diberikan oleh Satpol PP.

Tabel 6.
Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Act (Melakukan)

No	Indikator	5	4	3	2	1	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Kepatuhan pedagang terhadap ketentuan lokasi berjualan yang telah ditetapkan	5	21	37	10	0	240	365	65,75%	Cukup
2	Perilaku pedagang dalam menjaga kebersihan dan ketertiban area jualan	5	23	30	14	1	236	365	64,66%	Cukup
3	Kepatuhan pedagang terhadap jadwal operasional pasar yang berlaku	7	19	33	12	2	236	365	64,66%	Cukup
4	Kepatuhan pedagang terhadap larangan dan ketentuan yang ditetapkan oleh pengelola pasar	3	24	33	10	3	233	365	63,84%	Cukup
Total Skor		**20**	**87**	**133**	**46**	**6**	**945**	**1460**	**64,73%**	**Cukup**

Sumber: Hasil olah data kuesioner, 2026.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel di atas, dimensi *act* memperoleh persentase sebesar **64,73 persen** dan berada pada kategori **tinggi**. Meskipun demikian, dibandingkan dengan dimensi *belief* dan *accept*, nilai pada dimensi *act* merupakan yang terendah dalam variabel kepatuhan pedagang. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang telah melaksanakan aturan yang berlaku, namun tingkat konsistensi dalam menerapkan kepatuhan masih perlu ditingkatkan.

Perbedaan antara tingginya tingkat kepercayaan dan penerimaan terhadap aturan dengan tingkat pelaksanaan aturan menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara pemahaman dan tindakan nyata. Sebagian pedagang telah memahami serta menerima pentingnya aturan pasar, tetapi dalam praktiknya masih ditemukan perilaku yang belum sepenuhnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kondisi tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebiasaan berdagang, pertimbangan ekonomi, keterbatasan fasilitas, maupun pengaruh lingkungan sekitar yang turut memengaruhi perilaku pedagang dalam menjalankan aktivitas usahanya.

Temuan ini menunjukkan bahwa pembentukan kepatuhan tidak berhenti pada tahap membangun pemahaman dan penerimaan, tetapi juga memerlukan upaya berkelanjutan untuk mendorong perubahan perilaku. Oleh karena itu, Satpol PP perlu terus melakukan pembinaan, sosialisasi, dan pengawasan secara konsisten agar tingkat kepatuhan yang telah terbentuk dapat diwujudkan dalam tindakan nyata. Dengan meningkatnya kepatuhan pada dimensi *act*, tujuan

penyelenggaraan ketertiban umum dan pengelolaan pasar yang tertib, aman, dan nyaman akan lebih mudah tercapai secara berkelanjutan.

3.7. Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap Kepatuhan Pedagang

Setelah dilakukan analisis terhadap masing-masing dimensi variabel, penelitian ini selanjutnya menguji pengaruh komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja terhadap kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara. Pengujian dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel komunikasi persuasif sebagai variabel independen terhadap kepatuhan pedagang sebagai variabel dependen.

Tabel 7.
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.163	2.955		4.116	<.001
	Komunikasi Persuasif	.759	.066	.805	11.442	<.001

a. Dependent Variable: Kepatuhan Pedagang

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 31, 2026.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 12{,}163 + 0{,}756X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 12,163 mengindikasikan bahwa ketika komunikasi persuasif dianggap tidak mengalami perubahan, maka nilai kepatuhan pedagang tetap berada pada angka 12,163. Sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,756 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada komunikasi persuasif akan meningkatkan kepatuhan pedagang sebesar 0,756 satuan. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa hubungan antara komunikasi persuasif dan kepatuhan pedagang bersifat searah. Dengan demikian, semakin baik komunikasi persuasif yang dilakukan Satpol PP, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan pedagang terhadap aturan yang berlaku.

Tabel 8.
Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Correlations

		Komunikasi Persuasif	Kepatuhan Pedagang
Komunikasi Persuasif	Pearson Correlation	1	.805***
	Sig. (1-tailed)		<.001
	N	73	73
Kepatuhan Pedagang	Pearson Correlation	.805***	1
	Sig. (1-tailed)	<.001	
	N	73	73

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805[a]	.648	.643	5.108

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Persuasif

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 31, 2026.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (*R*) sebesar **0,805**. Nilai tersebut berada pada kategori hubungan yang kuat dan positif. Artinya, komunikasi persuasif memiliki hubungan yang erat dengan tingkat kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu. Semakin efektif komunikasi yang dilakukan oleh Satpol PP, maka kecenderungan kepatuhan pedagang juga akan semakin meningkat.

Selain itu, diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar **0,648** atau **64,80 persen**. Hasil tersebut menunjukkan bahwa komunikasi persuasif mampu menjelaskan variasi kepatuhan pedagang sebesar 64,80 persen. Sementara itu, sisanya sebesar 35,20 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti. Temuan ini mengindikasikan bahwa komunikasi persuasif merupakan salah satu faktor dominan yang memengaruhi tingkat kepatuhan pedagang terhadap peraturan yang berlaku di lingkungan pasar.

Tabel 9.
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.163	2.955		4.116	<.001
	Komunikasi Persuasif	.759	.066	.805	11.442	<.001

a. Dependent Variable: Kepatuhan Pedagang

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 31, 2026.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh nilai *t* hitung sebesar **11,442**, sedangkan nilai *t* tabel sebesar **1,667** pada tingkat signifikansi 5 persen. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar **0,001**, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, nilai *t* hitung lebih besar daripada *t* tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat kesalahan yang ditetapkan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima, yaitu komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara. Temuan ini membuktikan bahwa pendekatan komunikasi yang mengedepankan argumentasi yang baik, daya tarik psikologis, dan kredibilitas aparat mampu meningkatkan kesadaran serta kepatuhan pedagang dalam mematuhi aturan yang berlaku.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas pelaksanaan tugas Satpol PP tidak hanya ditentukan oleh kewenangan penegakan peraturan, tetapi juga oleh kemampuan aparat dalam membangun komunikasi dan pembinaan kepada masyarakat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Suhendi (2019) yang menunjukkan bahwa keberhasilan penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum sangat dipengaruhi oleh kualitas pelaksanaan tugas Satpol PP di lapangan. Dengan kata lain, keberhasilan pelaksanaan tugas Satpol PP tidak hanya ditentukan oleh tindakan penegakan hukum, tetapi juga oleh kemampuan aparat dalam membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat.

3.8. Diskusi Temuan Utama

Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa komunikasi persuasif mampu menjelaskan variasi kepatuhan pedagang sebesar 64,80 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa komunikasi persuasif

memiliki peranan penting dalam membentuk perilaku patuh pedagang terhadap peraturan dan tata tertib pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yusuf dan Prianggono (2021) yang menemukan bahwa komunikasi persuasif berpengaruh terhadap sikap patuh pedagang kios di kawasan Candi Borobudur. Kesamaan temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan secara efektif dapat mendorong pedagang untuk memahami dan menerima aturan yang berlaku tanpa harus mengandalkan tindakan pemaksaan. Temuan penelitian ini juga mendukung penelitian Azizah (2021) serta Panjaitan et al. (2022) yang menemukan bahwa keterampilan komunikasi persuasif aparatur pemerintah berpengaruh terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak. Meskipun dilakukan pada sektor yang berbeda, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi persuasif merupakan instrumen yang efektif dalam membentuk perilaku kepatuhan masyarakat.

Penelitian ini turut memperkuat temuan Saputra (2024) mengenai komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban pedagang kaki lima di Kota Palembang. Namun demikian, penelitian Saputra masih berfokus pada proses komunikasi dan strategi penertiban secara kualitatif, sedangkan penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai besarnya pengaruh komunikasi persuasif terhadap kepatuhan pedagang melalui pendekatan kuantitatif. Dengan demikian, penelitian ini melengkapi kajian sebelumnya dengan menunjukkan bahwa komunikasi persuasif tidak hanya berperan dalam membangun hubungan antara aparat dan masyarakat, tetapi juga memiliki pengaruh yang terukur terhadap tingkat kepatuhan pedagang.

Temuan penelitian ini juga mendukung pandangan Wasistiono dan Simangunsong (2015) yang menjelaskan bahwa keberhasilan penyelenggaraan pemerintahan sangat dipengaruhi oleh kemampuan aparatur dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat melalui pendekatan yang komunikatif dan partisipatif. Sejalan dengan itu, Wasistiono (2020) menegaskan bahwa penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum tidak hanya bertumpu pada penegakan hukum, tetapi juga memerlukan strategi pembinaan dan edukasi kepada masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan Satpol PP dapat menjadi salah satu bentuk pembinaan yang efektif dalam mendukung penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum di lingkungan pasar rakyat.

Selain itu, temuan penelitian ini sejalan dengan Feld dan Frey (2007) yang menyatakan bahwa kepatuhan masyarakat meningkat ketika pemerintah mampu membangun hubungan yang didasarkan pada rasa saling percaya dan penghargaan. Kondisi tersebut tercermin pada hasil penelitian ini, di mana dimensi daya tarik psikologis memperoleh nilai tertinggi dibandingkan dimensi komunikasi persuasif lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang cenderung lebih menerima aturan apabila komunikasi dilakukan secara santun, menghargai kondisi mereka, dan mengedepankan dialog dibandingkan hanya menekankan kewajiban atau ancaman sanksi.

Temuan penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Fennis et al. (2006), O'Keefe dan Jensen (2006), Rothman et al. (2006), serta Feeley et al. (2012) yang menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi persuasif dipengaruhi oleh cara penyampaian pesan, karakteristik penerima pesan, dan hubungan interpersonal yang terbangun antara komunikator dan komunikan. Dengan demikian, keberhasilan komunikasi persuasif Satpol PP dalam meningkatkan kepatuhan pedagang tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan aparat dalam membangun kepercayaan, memahami karakteristik pedagang, dan menciptakan hubungan yang positif dengan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian dan berbagai penelitian terdahulu yang digunakan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan pedagang. Semakin baik kualitas komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Satpol PP, semakin besar peluang terciptanya kepatuhan yang bersifat sukarela. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa

penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum tidak hanya bergantung pada penegakan hukum, tetapi juga pada kemampuan aparat dalam membangun komunikasi yang efektif, humanis, dan berorientasi pada pembinaan masyarakat.

3.9. Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Selain menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja terhadap kepatuhan pedagang, penelitian ini juga menghasilkan beberapa temuan menarik yang perlu mendapatkan perhatian. Salah satu temuan yang paling menonjol adalah adanya perbedaan capaian pada masing-masing dimensi komunikasi persuasif maupun dimensi kepatuhan pedagang. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa proses pembentukan kepatuhan tidak terjadi secara seragam, melainkan dipengaruhi oleh berbagai aspek yang saling berkaitan dalam proses komunikasi antara Satpol PP dan pedagang.

Temuan menarik pertama adalah dimensi daya tarik psikologis memperoleh nilai tertinggi dibandingkan dimensi komunikasi persuasif lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa pedagang memberikan respons yang lebih positif terhadap pendekatan yang mengedepankan hubungan interpersonal, sikap ramah, empati, dan komunikasi yang humanis. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa dalam lingkungan pasar rakyat, pendekatan persuasif yang berorientasi pada pemahaman kondisi masyarakat lebih efektif dibandingkan pendekatan yang hanya menekankan aspek kewenangan formal. Temuan ini sekaligus menunjukkan bahwa keberhasilan Satpol PP dalam membangun hubungan yang baik dengan pedagang menjadi faktor penting dalam mendukung pelaksanaan tugas ketertiban umum.

Temuan menarik kedua terlihat pada variabel kepatuhan pedagang. Dimensi *belief* memperoleh nilai tertinggi, sedangkan dimensi *act* memperoleh nilai terendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang telah memahami dan mempercayai pentingnya aturan yang berlaku di lingkungan pasar. Namun demikian, pemahaman dan keyakinan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh tindakan nyata yang konsisten dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara aspek kognitif dan aspek perilaku dalam pembentukan kepatuhan. Dengan kata lain, pedagang pada umumnya telah mengetahui dan menerima aturan, tetapi masih memerlukan dorongan yang lebih kuat untuk menerapkannya secara konsisten.

Temuan lainnya adalah besarnya kontribusi komunikasi persuasif terhadap kepatuhan pedagang yang mencapai 64,80 persen. Angka tersebut menunjukkan bahwa komunikasi persuasif merupakan faktor yang sangat dominan dalam menjelaskan perilaku kepatuhan pedagang. Meskipun demikian, masih terdapat 35,20 persen faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi kepatuhan pedagang. Faktor-faktor tersebut dapat berupa kondisi ekonomi pedagang, budaya kerja yang berkembang di lingkungan pasar, pengawasan dari pengelola pasar, tingkat pendidikan, maupun faktor sosial lainnya yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Temuan ini membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang turut memengaruhi kepatuhan pedagang terhadap aturan pasar. Temuan ini juga sejalan dengan perspektif ekologi pemerintahan yang menjelaskan bahwa perilaku masyarakat dipengaruhi oleh interaksi antara pemerintah, lingkungan sosial, dan kondisi kelembagaan yang berkembang dalam suatu wilayah pemerintahan (Wasistiono, 2013).

Secara praktis, temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kepatuhan pedagang tidak dapat hanya dilakukan melalui penegakan aturan semata. Pemerintah daerah dan Satpol PP perlu terus mengembangkan strategi komunikasi yang mengedepankan pendekatan psikologis, membangun kepercayaan masyarakat, serta memperkuat pembinaan secara berkelanjutan. Dengan demikian, kepatuhan yang terbentuk tidak hanya bersifat sementara karena adanya pengawasan, tetapi berkembang menjadi kesadaran yang muncul dari dalam diri pedagang untuk mematuhi aturan yang

berlaku. Temuan ini menjadi salah satu kontribusi penting penelitian dalam memberikan perspektif bahwa pendekatan persuasif dapat menjadi instrumen strategis dalam mendukung penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum di lingkungan pasar rakyat.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja terhadap kepatuhan pedagang di Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif Satpol PP berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pedagang. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil analisis regresi linier sederhana yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara komunikasi persuasif dan kepatuhan pedagang dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,805 serta kontribusi pengaruh sebesar 64,80 persen.

Komunikasi persuasif yang dilakukan Satpol PP melalui penguatan argumen dan bukti, daya tarik psikologis, serta daya tarik kredibilitas terbukti mampu meningkatkan tingkat kepatuhan pedagang. Sementara itu, tingkat kepatuhan pedagang yang diukur melalui dimensi *belief*, *accept*, dan *act* berada pada kategori tinggi. Dengan demikian, semakin baik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Satpol PP, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan pedagang terhadap aturan yang berlaku di Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan satu variabel independen, yaitu komunikasi persuasif, sehingga masih terdapat faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi kepatuhan pedagang namun belum dianalisis dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian hanya dilakukan pada satu lokasi penelitian, yaitu Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara, sehingga hasil penelitian memiliki keterbatasan dalam generalisasi pada wilayah atau karakteristik pasar yang berbeda.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penulis menyadari bahwa penelitian mengenai kepatuhan pedagang dalam konteks penyelenggaraan ketertiban umum masih dapat dikembangkan lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi kepatuhan pedagang, seperti kesadaran hukum, pengawasan, kualitas pelayanan pemerintah, maupun faktor sosial ekonomi. Penelitian pada lokasi yang berbeda juga perlu dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas komunikasi persuasif dalam meningkatkan kepatuhan masyarakat terhadap peraturan daerah.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Institut Pemerintahan Dalam Negeri, Fakultas Perlindungan Masyarakat, Program Studi Praktik Perpolisian Tata Pamong, serta seluruh dosen yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan arahan selama proses pendidikan dan penyusunan skripsi.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Pemerintah Kabupaten Minahasa Tenggara, Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Minahasa Tenggara, pengelola Pasar Rakyat Tombatu, serta seluruh responden penelitian yang telah memberikan bantuan, data, dan informasi selama proses penelitian berlangsung. Penulis turut menyampaikan apresiasi kepada kedua orang tua, keluarga, serta rekan-rekan yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Azizah, N. N. U. R. (2021). *Pengaruh keterampilan komunikasi persuasif pegawai pajak terhadap kepatuhan PPh 21 pada Kantor Pelayanan Pajak Blitar* [Undergraduate thesis, Universitas Brawijaya]. Universitas Brawijaya Repository. https://repository.ub.ac.id/id/eprint/185713

Blass, T. (1999). *Obedience to Authority: Current Perspectives on the Milgram Paradigm*. Lawrence Erlbaum Associates.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Danmaisoro, B.D & Eledi, J.M (2024). *Designing persuasive communication models for vaccine acceptance in isolated communities: A mass communication approach*. International Journal of Science and Research Archive, 13(1), 2054–2063. https://doi.org/10.30574/ijsra.2024.13.1.1880

DeVito, J. A. (1997). *Human Communication* (8th ed.). Longman.

Eviany, Eva., Batubara, Yusi Eva., Rukmana, Maris Gunawan., & Tefa, Gradiana. 2025. *Manajemen Komunikasi Pemerintahan dalam Penyelenggaraan Ketenteraman dan Ketertiban.* Yogyakarta: Deepublish Publisher.

Feld, L. P., & Frey, B. S. (2007). Tax Compliance as the Result of a Psychological Tax Contract. *Law and Policy*, *29*(1), 102–120. https://doi.org/10.1111/j.1467-9930.2007.00248.x

Feeley, T. H., Anker, A. E., & Aloe, A. M. (2012). *The Door-in-the-Face Persuasive Message Strategy: A Meta-Analysis of the First 35 Years*. Communication Monographs, 79(3), 316–343. https://doi.org/10.1080/03637751.2012.697631

Fennis, B. M., Das, E., & Pruyn, A. T. H. (2006). *Interpersonal Communication and Compliance: The Disrupt-Then-Reframe Technique in Dyadic Influence Settings*. Communication Research, 33(2), 136–151. https://doi.org/10.1177/0093650205285367

O'Keefe, D. J., & Jensen, J. D. (2006). *The Advantages of Compliance or the Disadvantages of Noncompliance? A Meta-Analytic Review of the Relative Persuasive Effectiveness of Gain-Framed and Loss-Framed Messages*. Annals of the International Communication Association, 30(1), 1–43. https://doi.org/10.1080/23808985.2006.11679054

Panjaitan, C. V. P., Zulkarnain, I., & Ginting, R. (2022). *Persuasive communication of tax officials and tax sanctions on taxpayer compliance at the Pratama Tax Service Office of Medan Timur*. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 5, No 2, May 2022, Page: 8264-8275 e-ISSN: 2615-3076 (Online)https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.4609

Pemerintah Kabupaten Minahasa Tenggara. (2017). *Peraturan Daerah Kabupaten Minahasa Tenggara Nomor 2 Tahun 2017 tentang Pengelolaan Pasar Rakyat di Kabupaten Minahasa Tenggara*.

Republik Indonesia. (2018). *Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018 tentang Satuan Polisi Pamong Praja*. https://peraturan.bpk.go.id

Rothman, A. J., Bartels, R. D., Wlaschin, J., & Salovey, P. (2006). *The Strategic Use of Gain- and Loss-Framed Messages to Promote Healthy Behavior: How Theory Can Inform Practice*. Journal of Communication, 56(s1), S202–S220. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00290.x

Saputra, R. (2024). *Komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban Pedagang Kaki Lima di Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan*. Institut Pemerintahan Dalam Negeri. http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/16533

Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Wasistiono, S. (2013). *Pengantar Ekologi Pemerintahan*. IPDN Press.

Wasistiono, S. (2020). *Kapita Selekta Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah*. Fokusmedia.

Wasistiono, S., & Simangunsong, F. (2015). *Metodologi Ilmu Pemerintahan*. IPDN Press.

Yusuf, A. R. V. M., & Prianggono, J. (2021). *Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap Sikap Patuh Pedagang Kios Candi Borobudur Pada Protokol Kesehatan*. Journal of Innovation Research and Knowledge, 1(6), 179–199.https://doi.org/10.53625/jirk.v1i6.645