

ANALISIS TINGKAT KESEJAHTERAAN PEDAGANG MAMA-MAMA PAPUA SETELAH PINDAH KE PASAR SENTRAL KABUPATEN MIMIKA

Muhammad Farizal Ramadhan¹⁾ Nely Salu Padang²⁾
Email : ramadhanfarizal@gmail.com
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan
Email:stieb@stiejb.ac.id

ABSTRACT

Penelitian bertujuan untuk mengetahui tingkat kesejahteraan pedagang mama-mama Papua (suku kamoro) dilihat dari pendapatan sebelum relokasi (pasar lama) dan sesudah relokasi (pasar sentral). Metode yang digunakan yakni metode komparatif, data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner terbuka selanjutnya dilakukan analisis menggunakan paired sample t-test. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa relokasi pasar lama ke pasar sentral tidak mempengaruhi tingkat kesejahteraan mama-mama Papua dari segi pendapatan.

Kata kunci : kesejahteraan, pendapatan dan relokasi

PENDAHULUAN

Kehidupan masyarakat Papua, pada awalnya sudah mulai mengenal kehidupan dengan beradaptasi dengan lingkungan, menetap di suatu tempat untuk dapat bercocok tanam, berburu dan mencari ikan. Mereka menyusuri pegunungan sampai pesisir pantai untuk mencari makanan. Hal tersebut yang mengawali awal peradabaan masyarakat Papua, sehingga perkembangan kehidupan masyarakat Papua dapat memenuhi kehidupan ekonomi mereka masing-masing. Salah satu suku di Papua (Kabupaten

Mimika), khususnya suku kamoro adalah salah satu suku yang bertempat tinggal di pesisir pantai, juga di pegunungan suku amungme dengan hasil alam dan laut yang dapat mencukupi kebutuhan hidup mereka.

Seiring dengan perkembangan zaman dan kehidupan masyarakat Papua (masyarakat suku kamoro) dan tuntutan kehidupan perekonomian yang mendesak, menuntun mereka mulai terbiasa memenuhi kebutuhan hidup ekonomi mereka sendiri, dengan cara menjual mata pencaharian diantaranya, hasil laut: ikan, udang, karaka, hasil

bercocok tanam, ubi-ubian diantaranya, singkong, sagu dan sayur-sayuran dan pinang. Tidak hanya itu mereka juga menjual jahe, kunyit, rica dan pisang hasil tanam mereka. Selain itu tat kala penting hasil kerajinan mereka, seperti ukiran patung, aksesoris berupa pahatan, noken dan lain-lain.

Tingkat kesejahteraan pedagang itu sendiri tergantung dari pendapatan yang diperoleh ketika berdagang. Dengan adanya dorongan, kemauan dan semangat dalam berwirausaha, membuat mereka tetap berjualan walaupun mereka tidak memperhitungkan biaya dan hasil yang mereka terima “ kadangkala lebih, cukup dan tidak sama sekali” tergantung daya beli masyarakat. Berdasarkan hasil observasi di lapangan diketahui bahwa, diantara mereka yang berjualan sebagian besar adalah mama Papua yang menyebar di berbagai tempat di Kota Timika diantaranya pasar lama (relokasi) dimana tempat ini sangat strategis dipusat kota, pasar gorong-gorong, pasar baru, pasar Sp2 dan lain-lain, dengan pendapatan yang mereka terima berkisar antara 100-200 ribu rupiah/hari. Selain itu diantara mereka masih menggunakan bahu jalan untuk berjualan. Oleh sebab itu mereka sangat membutuhkan uluran tangan pemerintah dan perhatian dari pemerintah.

Pemerintah Kabupaten Mimika melalui dinas perindustrian dan perdagangan (Disperindag), sejak tahun 2018-2019 telah memulai relokasi/alih fungsi pasar,

hanya saja mengingat kondisi pasar dan tempat berjualan bagi para pedagang, secara khusus untuk mama papua terbilang belum mumpuni. Oleh sebab itu pada tahun 2020 dengan mengikuti SK Bupati Mimika Nomor. 397 Tahun 2020 tentang Tim Gabungan penataan dan penertiban pasar sentral, pasar rakyat dan pedagang kaki lima diantaranya, Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag), Dinas Perijinan, Dinas Tata Kota, Dinas Perhubungan, Dinas Satuan Polisi Pamong Praja (Dispol-pp), dan TNI-Polri. Dengan adanya relokasi dan ahli fungsi ke pasar sentral juga dengan tujuan sebagai penataan ruang kota yang lebih kondusif dan komperhensif.

Dengan adanya alih fungsi pasar ke pasar sentral sangat membantu para pedagang, juga mama Papua yang berjualan. Pemerintah telah membangun tempat berjualan mama Papua dan tidak menggunkan bahu jalan lagi untuk berjualan, juga pemerintah telah menyiapkan angkutan bagi para pedagang masyarakat Papua dan mama Papua yang berjualan pada hari senin, selasa, kamis, dan jumat. Dengan adanya peran serta pemerintah dan lembaga pemerintah lainnya terbilang sangat membantu dan memberikan perhatian dan kerja sama yang baik kepada masyarakat. Dari data yang diperoleh Disperindag bahwa pedagang masyarakat Papua terdapat 139 yang terdata nama pedagang yang di relokasikan dari pasar lama ke pasar sentral.

Tabel 1.1 Data Pedagang Mama-Mama Papua Yang Direlokasikan Ke Pasar Sentral Timika

No	Suku	Jenis Usaha								Jumlah
		Noken	Sayuran	Ubi	Bumbu	Buah	Sagu	Ikan	Pinang	
1	Kamoro	-	20	2	3	1	15	4	1	46
2	Amungme	-	7	-	-	-	-	-	-	7
3	Moni	-	22	-	-	-	-	-	-	22
4	Sorong	-	-	-	-	-	-	-	1	1
5	Wamena	-	4	-	-	-	-	-	1	5
6	Dani	-	21	7	4	-	-	-	3	35
7	Damal	-	7	2	-	-	-	-	4	13
8	Mee/Paniai	1	6	3	-	-	-	-	-	10
Jumlah Total										139

Sumber : Dinas perindustrian dan perdagangan, 2020

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penelitian ini akan mengamati tingkat kesejahteraan pedagang mama-mama Papua setelah dipindahkan dari pasar swadaya/pasar lama ke pasar sentral Timika, dengan demikian peneliti akan meneliti yang berjudul “Analisis Tingkat Kesejahteraan Pedagang Mama-Mama Papua Setelah Pindah ke Pasar Sentral Kabupaten Mimika”

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kesejahteraan

Menurut Sukirno (2010:56) mengatakan bahwa pada umumnya tingkat pendapatan masyarakat merupakan salah satu faktor penting yang menentukan tingkat kesejahteraan mereka.

Tadoro dan Smith (Saptanto, dkk, 2017:53) mengatakan bahwa kesejahteraan masyarakat menengah ke bawah dapat direpresentasikan dari tingkat hidup masyarakat. Tingkat hidup masyarakat ditandai dengan

terentasnya dari kemiskinan, tingkat kesehatan yang lebih baik, perolehan tingkat pendidikan yang lebih tinggi, dan tingkat produktivitas masyarakat.

Sukirno (Talahatu, 2013:23) mengatakan bahwa kesejahteraan (*welfare*) ialah kata benda yang dapat diartikan sebagai nasib baik, kesehatan, kebahagiaan, dan kemakmuran. Dalam istilah umum, sejahtera menunjuk pada keadaan yang baik, kondisi masyarakat dimana orang-orangnya dalam keadaan makmur, sehat dan damai.

Sedangkan menurut Sawidak (Talahatu, 2013:24) mengatakan bahwa kesejahteraan merupakan sejumlah kepuasan yang di peroleh seseorang dari hasil mengkonsumsi pendapatan yang diterima.

Menurut Undang-undang No 11 Tahun 2009 Talahatu (2013, 23-24) tentang Kesejahteraan Sosial menyebutkan bahwa Kesejahteraan Sosial adalah kondisi terpenuhnya kebutuhan

material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Jadi kesejahteraan dari kutipan diatas bisa disimpulkan bahwa seseorang dikatakan sejahtera apabila pendapatan mereka bisa mencukupi untuk kebutuhan sehari hari.

Faktor-Faktor Kesejahteraan

Menurut Sukirno (2010:56) mengatakan ada banyak faktor lain diluar tingkat pendapatan yang sangat berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat yakni faktor non ekonomi seperti pengaruh adat istiadat dalam kehidupan masyarakat, keadaan iklim dan alam sekitar, dan ada tidaknya kebebasan bertindak dan mengeluarkan pendapat.

Walaupun penduduk di pegunungan mempunyai pendapatan yang sama dengan penduduk yang hidup di daratan rendah, berdasarkan kepada perbedaan keadaan alamnya kita dapat mengatakan bahwa tingkat kesejahteraan penduduk di daratan rendah adalah lebih tinggi. Keyakinan seperti ini didasarkan kepada kenyataan bahwa pada umumnya penduduk dataran rendah menghadapi tantangan alam yang sedikit.

Indikator Kesejahteraan

Menurut Nasikun (Saptanto, dkk. 2017:53) mengatakan kesejahteraan merupakan konsep martabat manusia yang dapat dilihat dari empat indikator yaitu :

- a. Rasa aman (security)
- b. Kesejahteraan (welfare)
- c. Kebebasan (freedom)
- d. Jati diri (identity)

Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik Indonesia (Saptono, dkk, 2017:53) menerangkan bahwa guna melihat tingkat kesejahteraan rumah tangga suatu wilayah ada beberapa indikator yang dapat dijadikan ukuran yakni :

- a) Tingkat pendapatan keluarga.
- b) Komposisi pengeluaran rumah tangga dengan membandingkan pengeluaran untuk pangan dengan non-pangan.
- c) Tingkat pendidikan keluarga
- d) Tingkat kesehatan keluarga.
- e) Kondisi perumahan serta fasilitas yang dimiliki dalam rumah tangga.

Menurut Kollé (Saptono, dkk, 2017:53) kesejahteraan dapat diukur dari beberapa aspek kehidupan yaitu :

- a) Dengan melihat kualitas hidup dari segi materi, seperti kualitas rumah, bahan pangan dan sebagainya.
- b) Dengan melihat kualitas hidup dari segi fisik, seperti kesehatan tubuh, lingkungan alam, dan sebagainya.
- c) Dengan melihat kualitas hidup dari segi mental, seperti fasilitas pendidikan, lingkungan budaya, dan sebagainya.
- d) Dengan melihat kualitas hidup dari segi spiritual, seperti moral, etika, keserasian penyesuaian, dan sebagainya.

Perumusan konsep kesejahteraan dilakukan oleh Biro

Pusat Statistik dan Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional dan rumusan kesejahteraan oleh BKKBN Setiyawati, dkk. (2017:42) mengatakan bahwa keluarga dapat dikatakan sejahterah apabila memenuhi kriteria berikut :

- a) Keluarga yang dapat memenuhi kebutuhan anggotanya, baik kebutuhan sandang, pangan, perumahan, sosial maupun agama.
- b) Keluarga yang mempunyai keseimbangan antara penghasilan keluarga dan jumlah anggota keluarga.
- c) Keluarga yang dapat memenuhi kebutuhan kesehatan anggota keluarga, kehidupan bersama dengan masyarakat sekitar, beribadahan khusus di samping terpenuhi kebutuhan pokoknya.

Pengertian Pasar

Menurut Assauri (2015:98) menyatakan bahawa, pasar mulanya istilah pasar dikaitkan dengan pengertian tempat pembeli dan penjual bersama-sama melakukan pertukaran. Kemudian istilah pasar ini dikaitkan dengan pengertian ekonomi yang mewujudkan pertemuan antara pembeli dan penjual.

Menurut Akhmad (Falucky, 2017:19-20) menyatakan bahwa, pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah

(kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitas sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

Jaya (2001:39) menyatakan bahwa Pasar didefinisikan sebagai satu kelompok penjual dan pembeli yang mempertukarkan barang yang dapat disubstitusikan.

Sedangkan menurut para ahli definisi pasar adalah sebagai berikut :

- a) *Philip Kloter dan Gray Armstrong* (Falucky, 2017:9-20) mendefinisikan pasar adalah seperangkat pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk atau jaa. Ukuran dari pasar sendiri tergantung pada orang yang menunjukkan kebutuhan, memiliki kemampuan dalam pertukaran.
- b) Menurut Ma'ruf (Flucky, 2017:19-20) Kata pasar memiliki tiga pengertian, yaitu pasar dalam arti "tempat", yaitu tempat bertemunya para penjual atau produsen dengan pembeli atau konsumen. Pasar dalam arti "interaksi permintaan dan penawaran", yaitu pasar sebagai tempat terjadinya interaksi jual beli.

Pasar dalam arti sekelompok anggota masyarakat yang memiliki kebutuhan dan daya beli". Pengertian ini merujuk pada

dua hal, yaitu kebutuhan dan daya beli. Jadi pasar adalah orang-orang yang menginginkan sesuatu barang atau jasa dan memiliki kemampuan untuk membeli.

Jenis – Jenis Pasar

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional Rusham (2016:153) mengatakan bahwa pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan transaksi dimana proses jual beli terbentuk, yang menurut kelas mutu pelayanan, dapat digolongkan menjadi pasar tradissional dan pasar modern.

a) Pasar Tradisional

Menurut Sukaesih (Rusham, 2016:157) mengatakan bahwa pasar tradisional merupakan pasar yang bentuk bangunannya relative sederhana, dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang Usahasempit, sarana parkir kurang memadai, kurang menjaga kebersihan pasar dan penerangan kurang baik). Barang yang diperdagangkan adalah kebutuhan sehari-hari, harga barang relatif murah dengan mutu yang kurang diperhatikan dan cara pembeliannya dengan tawar menawar.

b) Pasar Modern

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 420/MPP/Kep/10/1997 Rushan (2016:157) mengatakan

bahwa pasar modern merupakan pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi dalam bentuk mall, supermarket, minimarket, department store, dan shopping center dimana pengelolannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relative kuat, dan dilengkapi dengan label harga yang pasti.

Struktur Pasar

Menurut Teguh (2016:15) menyatakan bahwa, struktur pasar menunjukkan karakteristik pasar, seperti elemen jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar. Pasar menurut struktur dibedakan menjadi empat macam yaitu pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolitis dan oligopoli.

a) Pasar persaingan sempurna

Menurut Sukirno (2015:231-232) mengatakan bahwa pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industry dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual atau pun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan pasar. Pasar persaingan sempurna memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- (a) Perusahaan adalah pengambil harga.
- (b) Setiap perusahaan mudah ke luar atau masuk.

- (c) Menghasilkan barang serupa.
- (d) Terdapat banyak perusahaan di pasar.
- (e) Pembeli mempunyai pengetahuan sempurna mengenai pasar.

b) Pasar monopoli

Struktur pasar yang sangat bertentangan ciri-cirinya dengan persaingan sempurna adalah pasar monopoli.

Menurut Sukirno (2015:266) menyatakan bahwa, monopoli adalah suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu perusahaan saja. Dan perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat. Adapun ciri-cirinya adalah sebagai berikut:

- (a) Pasar monopoli adalah industri satu perusahaan.
- (b) Tidak mempunyai barang pengganti yang mirip.
- (c) Tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam industri.
- (d) Dapat mempengaruhi penentuan harga.
- (e) Promosi iklan dapat di perlukan

c) Pasar monopolistik

Menurut Sukirno (2015:296) mengatakan bahwa promosi penjualan dengan menggunakan iklan adalah suatu kegiatan yang sangat penting artinya untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik. Adapun ciri-ciri pasar monopolistik adalah sebagai berikut :

- (a) Terdapat banyak penjual
- (b) Barang bersifat berbeda corak

- (c) Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan mempengaruhi harga
- (d) Masukan ke dalam industri relatif mudah
- (e) Persaingan mempromosi penjual sangat aktif

d) Pasar oligopoli

Menurut Sukirno (2015:314) menyatakan bahwa, pasar oligopoli yaitu pasar yang terdiri dari hanya beberapa produsen saja. Adakalanya pasar oligopoli terdiri dari dua perusahaan saja dan pasar seperti itu dinamakan duopoli. Pasar oligopoli mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- (a) Menhasilkan barang standar maupun barang berbeda corak
- (b) Kekuasaan menentukan harga adakalanya lemah dan adakalanya sangat tangguh
- (c) Pada umumnya perusahaan oligopoly perlu melakukan promosi

Ketentuan Pasar

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, yang dimaksud dengan :

- a) Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall,

- plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.
- b) Pasar tradisional adalah yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Sawasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.
- c) Pusat perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.
- d) Toko adalah bangunan gedung dengan fungsi usaha yang digunakan untuk mejual barang dan terdiri dari hanya satu penjual.
- e) Toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Departement Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.
- f) Pengelola Jaringan Mini Market adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di bidang Minimarket melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet yang merupakan jaringannya.
- g) Pemasok adalah pelaku usaha yang secara teratur memasok barang kepada Toko Modern dengan tujuan untuk dijual kembali melalui kerjasama usaha.
- h) Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.
- i) Kemitraan adalah kerjasama usaha antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah dan Usaha Besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh Usaha Menengah dan Usaha Besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan , saling memperkuat dan saling menguntungkan, sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan.
- j) Syarat perdagangan (trading terms) adalah syarat-syarat dalam perjanjian kerjasama antara Pemasok dan Toko Modern/Pengelola Jaringan Minimarket yang berhubungan dengan pemasok produk-produk yang diperdagangkan dalam Toko Modern yang bersangkutan.

- k) Izin Usaha Pengelola Pasar Tradisional, Izin Usaha Pusat Perbelanjaan dan Izin Usaha Toko Modern adalah izin untuk dapat melaksanakan usaha pengelola Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang diterbitkan oleh Pemerintah daerah setempat.
- l) Peraturan Zonasi adalah ketentuan-ketentuan Pemerintah Daerah setempat yang mengatur pemanfaatan ruang dan unsur-unsur pengendalian yang disusun untuk setiap zona peruntukan sesuai dengan rencana rinci tata ruang.
- m) Menteri adalah Menteri yang bertanggung jawab dibidang perdagangan.

Penataan Pasar Tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern (Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007) Bagian Pertama tentang Penataan Pasar Tradisional Pasal 2 meliputi :

- a) Lokasi pendirian Pasar Tradisional wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk Peraturan Zonasinya.
- b) Pendirian Pasar Tradisional wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut:
- (a) Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar Pasar Tradisional, Pusat

Perbelanjaan dan Toko Modern serta Usaha Kecil, termasuk koperasi, yang ada di wilayah yang bersangkutan

- (b) Menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parker 1 (satu) buah kendaraan roda empat untuk setiap 100 m² (seratus meter per segi) Luas Lantai Penjualan Pasar Tradisional ; dan
- (c) Menyediakan fasilitas yang menjamin Pasar Tradisional yang bersih, sehat (hygienis), aman, ruang publik yang nyaman.
- (d) Penyediaan areal parkir sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf B dapat dilakukan berdasarkan kerjasama antara pengelola Pasar Tradisional dengan pihak lain.

Penataan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007) Bagian Kedua Pasal 3 meliputi :

- a) Lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, termasuk Peraturan Zonasinya.
- b) Batasan Luas Lantai penjualan Toko Modern adalah sebagai berikut:

- (a) Minimarket, kurang dari 400 m² (empat ratus meter per segi);
 - (b) Supermarket, 400 m² (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter per segi);
 - (c) Hypermarket, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi);
 - (d) Departement Store, diatas 400 m² (empat ratus meter per segi);
 - (e) Perkulakan, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi).
- c) Sistem penjualan dan jenis barang dagangan Toko Modern adalah sebagai berikut :
- (a) Minimarket, Supermarket dan Hypermarket menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya;
 - (b) Departement Store menjual secara eceran barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapan dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen; dan
 - (c) Perkulanakan menjual secara grosir barang konsumsi.

Tujuan Campur Tangan Pemerintah

Tujuan dari campur tangan pemerintah menurut Sukirno (2013:44) adalah untuk :

- a) Menjamin agar semua hak untuk setiap individu tetap wujud dan penindasan dapat dihindarkan.
- b) Menjaga agar perekonomian dapat tumbuh dan mengalami perkembangan yang teratur dan stabil.
- c) Mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan, terutama perusahaan-perusahaan besar yang dapat mempengaruhi pasar adar tidak menjalankan praktek-praktek monopoli yang merugikan.
- d) Menyediakan “barang bersama” yaitu barang-barang seperti jalan raya, polisi dan tentara, yang penggunaannya dilakukan secara kolektif oleh masyarakat untuk mempertinggi kesejahteraan sosial masyarakat.
- e) Mengawasi agar “eksternalitas” kegiatan ekonomi yang merugikan masyarakat dihindari atau dikurangi masalahnya.

Pengertian Relokasi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (Nurfiana, 2018:19) Relokasi diartikan dengan perpindahan atau pemindahan lokasi, baik suatu industri ataupun tempat berdagang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan alasan-alasan tertentu.

Menurut Jaya (Nurfiana, 2018:20) mengatakan definisi lain dari relokasi yaitu sebuah perubahan di fisik lokasi dari sebuah bisnis. Sebuah bisnis mungkin merelokasi karena meningkatnya biaya pada saat pengadaan fasilitas, karena keringanan pajak di lokasi yang berbeda, perubahan melalui pasar sasaran atau untuk alasan lain.

Kendala Relokasi Pasar

Menurut Putri (Yulianti, 2018:25) mengatakan bahwa kendala relokasi pasar terdapat 5 faktor yaitu :

- a) Rancangan bangunan yang tidak sesuai dan faktor finansial yang terkait dengan tarif sewa ruang di dalam pasar, sehingga apabila dilakukan upaya memindahkan pasar maka pertimbangan adalah rancangan bangunan pasar yang sesuai dan akomodatif, tingkat harga sewa yang memadai.
- b) Rancangan yang terperinci dan jarak lokasi berjualan dari tempat berjualan semula.
- c) Masih banyak pedagang yang enggan untuk dipindahkan ke bangunan baru dan masih menetap di lokasi dagangan yang terdahulu.
- d) Menggunakan badan jalan untuk berdagang, dan melakukan kegiatan dengan cara merusak atau mengubah bentuk trotoar, fasilitas umum dan bangunan disekitar.
- e) Banyak pedagang yang enggan menempatkan bangunan baru

karena dianggap tidak strategis dan jauh dari pembeli.

Tujuan Relokasi Pasar

Menurut Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar No.04 tahun 2015 (Yulianti, 2018:27) :

- a) Memberdayakan pengusaha mikro, kecil, menengah dan koperasi serta pasar tradisional pada umumnya, agar mampu berkembang, bersaing, tangguh, maju mandiri dan dapat meningkatkan kesejahteraan.
- b) Mengatur dan menata keberadaan dan pendirian pasar modern di suatu wilayah tertentu agar tidak merugikan dan mematikan pasar tradisional, mikro, kecil, menengah dan koperasi yang telah ada dan memiliki nilai historis dan dapat menjadi asset daerah.
- c) Menciptakan kesesuaian dan keserasian lingkungan berdasarkan tata ruang wilayah.
- d) Mendorong terciptanya partisipasi dan kemitraan publik serta swasta dalam penyelenggaraan usaha perpasaran antara pasar tradisional dan pasar modern.
- e) Memberikan pasar perlindungan kepada usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pasar tradisional.

Pengertian Modal

Menurut Tambunan (Nurfiana, 2018:20) mengatakan didalam suatu usaha masalah modal mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan berhasil

tidaknya suatu usaha yang telah didirikan. Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Dalam pengertian ekonomi, modal yaitu barang atau uang yang bersama-sama faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru. Modal atau biaya adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar.

Su'ud (Nurfiana, 2018:21) mengatakan modal merupakan input (faktor produksi) yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya pendapatan. Tetapi bukannya berarti merupakan faktor satu-satunya yang dapat meningkatkan pendapatan.

Modal dapat dibagi menjadi sebagai berikut :

a. Modal Tetap

Adalah modal yang memberikan jasa untuk proses produksi dalam jangka waktu yang relatif lama dan tidak terpengaruh oleh besar kecilnya jumlah produksi.

b. Modal Lancar

Adalah modal memberikan jasa hanya sekali dalam proses produksi, bisa dalam bentuk bahan-bahan baku dan kebutuhan lain sebagai penunjang usaha tersebut.

Jam Kerja

Menurut Su'ud (Nurfiana, 2018:22) mengatakan bahwa jam kerja adalah waktu untuk

melakukan pekerjaan dapat dilaksanakan siang hari/malam hari. Merencanakan pekerjaan-pekerjaan yang akan datang merupakan langkah-langkah memperbaiki pengurusan waktu. Dengan adanya pengurusan kegiatan-kegiatan yang hendak dibuat, seseorang itu dapat menghemat waktu dan kerjanya.

Menurut Su'ud menyatakan bahwa kriteria-kriteria pengurusan waktu kerja yang efektif sebagai berikut :

- a. Memahami sepenuhnya pekerjaan yang akan dilaksanakan.
- b. Memberi keutamaan kerja menurut kepentingan.
- c. Mendelegasikan/mengutus orang untuk pekerjaan-pekerjaan yang banyak.
- d. Mengawasi masalah berulah supaya tidak terjadi.
- e. Menetapkan masa selesainya pekerjaan.
- f. Kegiatan yang tidak perlu supaya segera disingkirkan.
- g. Senantiasa menyadari nilai waktu dalam setiap pekerjaan yang dikerjakan.
- h. Mencatat hal-hal yang perlu dikerjakan di masa depan.
- i. Membentuk daftar penggunaan waktu kerja.
- j. Menilai keberhasilan kerja berdasarkan objektif pekerjaan.
- k. Mempunyai sistem arsip penyimpanan informasi yang lengkap.

Teori Lokasi Pasar

Menurut Djojodipuro (Suryani, 2015:153) mengatakan bahwa, pasar tradisional

sebaiknya di dirikan pada lokasi yang ramai dan luas. Pendirian pasar pada lokasi yang tidak ada aktivitas perdagangannya, sangat sulit diharapkan akan kunjungan masyarakat. Sedangkan jumlah penduduk, pendapatan perkapita, distribusi pendapatan, aglomerasi dan kebijakan pemerintah juga sangat mempengaruhi penentuan lokasi suatu kegiatan. Daerah dengan penduduk besar, merupakan pasar yang perlu diperhatikan.

Menurut Alma (Nufiana, 2018:25) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Sedangkan menurut Suwarman (Nufiana, 2018:25) lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen datang untuk datang berbelanja.

Faktor-faktor Pemilihan Lokasi

Menurut Miles (Suryani, 2015:153) faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi adalah :

- a) Zoning (peruntukan lahan)
- b) Fisik (physical features)
- c) Utilitas (kepuasan konsumen)
- d) Transportasi
- e) Parkir
- f) Dampak lingkungan (sosial dan alam)
- g) Pelayanan publik
- h) Penerimaan/respon masyarakat (termasuk perubahan perilaku)
- i) Permintaan dan penawaran (pertumbuhan penduduk,

penyerapan tenaga kerja, distribusi pendapatan)

Pengertian Pedagang

Menurut Kensis, dkk (Falucky, 2017:15) menyatakan bahwa, pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya merupakan perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.

Jenis – jenis Pedagang

Menurut Anderson (Saputra, 2014:6) jenis-jenis pedagang adalah sebagai berikut :

- a) Agen
Adalah lembaga saluran distribusi yang melakukan transaksi jual beli barang produksi perusahaan.
- b) Pedagang besar atau grosir
Adalah pedagang yang secara langsung membeli produksi perusahaan dalam jumlah partaiyang besar, lalu menjualnya kepada pedagang kecil (toko, warung, kios, dan swalayan).
- c) Pedagang eceran atau retailer
Adalah pedagang yang membeli barang dari pedagang besar lalu menjualnya kepada konsumen.
- d) Makelar
Adalah wakil untuk pembeli atau penjual, makelar mengadakan perjanjian-perjanjian atas nama mereka dalam penjualan atau pembelian suatu barang. Balas jasa untuk makelar dinamakan kurtasi atau provisi.

- e) Komisioner
Adalah orang atau badan sebagai perantara dalam perdagangan yang kegiatannya menjual atau membeli barang dagangan akan tetapi atas nama sendiri, dan bertanggung jawab atas segala tindakannya dengan memperoleh balas jasa tersebut. Balas jasa untuk komisioner adalah komisi.
- f) Agen
Ada dua macam yaitu :
- (a) Agen penjualan, adalah orang atau badan yang kegiatannya menjualkan barang hasil produksi milik produsen tertentu kepada konsumen atau kepada pedagang kecil.
- (b) Agen pembelian, adalah orang atau badan yang kegiatannya membeli barang-barang hasil produksi dari produsen untuk para pembeli atau konsumen yang membutuhkan di suatu daerah tertentu.
- g) Eksportir dan importir
Eksportir adalah pihak menjual barang dari dalam negeri ke luar negeri. Importer adalah pihak yang membeli barang dari luar negeri kemudian menjualnya ke dalam negeri. Eksportir dan importer termasuk perdagangan internasional.

Pendapatan

Menurut Nazir (Pertwi, 2015:22) mengatakan bahwa pendapatan merupakan suatu hasil yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dari berusaha

atau bekerja. Jenis masyarakat bermacam ragam, seperti bertani, nelayan, beternak, buruh, serta berdagang dan juga bekerja pada sektor pemerintah dan swasta.

Menurut Zulriski (Pertwi, 2015:22) mengatakan pendapatan menurut ilmu ekonomi diartikan sebagai nilai maksimum yang dapat di konsumsi oleh seseorang dalam satu periode seperti keadaan semula. Definisi tersebut menitik beratkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain pendapatan merupakan jumlah harta kekayaan awal periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Secara garis besar pendapatan di definisikan sebagai jumlah harta kekayaan awal periode ditambah perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang.

Menurut Ramlan (Alfina, 2016:12-13) mengatakan bahwa pendapatan usaha adalah kerja dari suatu usaha yang telah dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu. Pendapatan dibagi dua yaitu pendapatan bersih dan pendapatan kotor. Pendapatan bersih adalah pendapatan yang mengalami pengurangan dari hasil produksi. Sedangkan pendapatan kotor yaitu pendapatan keseluruhan dari hasil usaha belum dikurangi kebutuhan/biaya selama mengadakan usaha.

Menurut Christopher Pass dan Bryan Lowes (Kusumaningrum, 2018:8) mengatakan bahwa pendapatan adalah uang yang diterima oleh seseorang dan perusahaan dalam

bentuk gaji, upah, sewa, bunga, laba dan lain sebagainya, bersama-sama dengan tunjangan, uang pensiun. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang di konsumsi.

Menurut Wasis, Assegaff (Munde, 2018:12) mengatakan bahwa pendapatan adalah balas jasa dalam nilai uang yang diterima oleh tenaga kerja (gaji), kreditur (bunga), pemilik harta (sewa), dan lain.

Sumber Pendapatan

Sumardi, Evert (Kelilauw, 2011:26-27) menyatakan bahwa, pendapatan yang diterima seseorang berasal dari berbagai sumber pendapatan yaitu :

- a) Pendapatan sektor formal, yaitu pendapatan yang bersumber dari upah atau gaji yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan.
- b) Pendapatan sektor informal, yaitu pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan seperti dagang, tukang dan buruh.
- c) Pendapatan sub item, yaitu pendapatan yang bersumber dari usaha sendiri seperti dari hasil bercocok tanam, hasil dari ternak, hasil dari kebun dan sebagainya.

Pendapatan adalah perolehan yang diterima berupa uang dari hasil kerja dimana pendapatan sangat penting untuk laporan keuangan, karena dalam melakukan aktivitas dalam

berusaha pasti ingin mengetahui jumlah pendapatan yang diperoleh dalam suatu periode.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Suprihatin (Kelilauw, 2011:27-28) menyatakan bahwa, tinggi rendahnya pendapatan yang diterima seseorang bergantung pada :

- a) Kesempatan kerja yang tersedia
Dengan semakin tinggi atau semakin besar kesempatan kerja yang tersedia berarti banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.
- b) Kecakapan dan keahlian kerja
Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.
- c) Kekayaan yang dimiliki
Jumlah kekayaan yang dimiliki seseorang juga mempengaruhi jumlah penghasilann yang diperoleh. Semakin banyak kekayaan yang dimiliki berarti semakin besar peluang untuk mempengaruhi penghasilan.
- d) Keuletan kerja
Pengertian keuletan kerja dapat disamakan dengan ketentuan dan keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila suatu saat mengalami kegagalan, maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meneliti kearah kesuksesan dan keberhasilan.

e) Banyak sedikitnya modal yang digunakan

Suatu usaha yang besar akan dapat memberikan peluang yang besar pula terhadap penghasilan yang diperoleh.

Sedangkan menurut Sumardi (Handulu, 2012:9) menyatakan bahwa, tinggi rendahnya pendapatan masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain : Jenis pekerjaan atau jabatan, pendidikan, masa kerja, jumlah anggota keluarga

Uji Paired Sampel T-Test

Menurut Siregar (2017:248) uji *paired sample t-test* digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan nilai rata-rata antara dua kelompok data yang berpasangan. Berpasangan di sini maksudnya satu sampel mendapatkan perlakuan berbeda dari dimensi waktu.

Menurut Pramana (Rotua, 2015:82). Model uji beda ini digunakan untuk menganalisis model penelitian *pre-post* atau sebelum dan sesudah. Uji digunakan untuk mengevaluasi perlakuan (*treatment*) tertentu pada satu sampel yang sama pada dua kategori pengamatan yang berbeda. *Paired sample t-test* digunakan apabila data berdistribusi normal.

Widiyanto, *Paired sample t-test* merupakan salah satu metode pengujian yang digunakan untuk mengkaji keefektifan perlakuan, ditandai adanya perbedaan rata-rata sebelum dan rata-rata sesudah diberikan perlakuan.

Dasar pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak H_0 pada uji ini adalah sebagai berikut:

a. Jika t hitung $>$ t tabel dan probabilitas (*asympt.sig*) $<$,005 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Jika t hitung $<$ t tabel dan probabilitas (*asympt.sig*) $>$ 0,005, maka H_0 diterima H_a di tolak

Siregar (2013:82) prosedur *uji paired sample t-test* adalah sebagai berikut:

- Menentukan hipotesis
- Menentukan *level of significant* sebesar 5% atau 0,05
- Menentukan kriteria pengujian
- Penarikan kesimpulan.

RANCANGAN PENELITIAN

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode komparatif. Menurut Siregar (2013:176) mengatakan bahwa metode komparatif atau analisis perbedaan adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui perbedaan antara dua variabel (data) atau lebih. Peneliti menggunakan metode ini karena ingin mengetahui tingkat pendapatan pedagang mama-mama Papua (suku kamoro) sebelum dan sesudah relokasi pasar Kabupaten Mimika.

Daerah dan Objek Penelitian

penelitian ini dilakukan di pasar lama di jalan Bhayankara dan pasar sentral Timika. Yang menjadi objek dalam penelitian ini

adalah tingkat perbedaan pendapatan pedagang mama-mama Papua suku kamoro sebelum dan setelah direlokasi.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara turun langsung ke lokasi Pasar Sentral untuk mengetahui tingkat kesejahteraan dilihat dari pendapatan serta mengetahui jumlah pedagang mama-mama Papua suku kamoro yang pindah.

b. Kuesioner terbuka

Kuesioner/Angket merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada pedagang yang terdampak relokasi/pemindahan pasar di Kabupaten Mimika. Data yang diperoleh dari kuesioner berupa nama pedagang, modal pedagang, jam berdagang, lokasi pasar, pendapatan sebelum dan sesudah direlokasi.

c. Studi Pustaka

Studi Pustaka yang peneliti lakukan untuk melakukan pengumpulan data dengan membaca jurnal, maupun sumber lainnya yang terkait dengan penelitian yang bersumber dari perpustakaan yang terkait dengan permasalahan penelitian. Data yang diperoleh dari Study Pustaka berupa pencatatan teori-teori yang berkaitan dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Untuk menjawab rumusan masalah peneliti menggunakan alat analisis *Uji Paried Sample t-test*. Alat ini digunakan untuk pengujian mengkaji keefektifan perlakuan, ditandai adanya perbedaan rata-rata sebelum dan rata-rata sesudah diberikan perlakuan.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis data menunjukkan $0,362 > 0,05$ atau H_0 diterima, sehingga relokasi dari pasar lama ke pasar sentral tersebut tidak mempengaruhi tingkat kesejahteraan mama-mama Papua dari segi pendapatan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu letak pasar sentral dari pusat kota yang cukup jauh membuat para pembeli berpikir untuk belanja ke pasar sentral begitupun mama-mama Papua yang berjualan juga mengalami kendala transportasi yaitu membayar ongkos taksi ataupun ojek yang mahal. Hal lainnya yaitu belum meratanya relokasi serentak dikarenakan daya tampung pasar sentral yang dibatasi juga menjadi penyebab masih adanya pedagang-pedagang yang berjualan dipinggiran jalan sehingga mengganggu lalu lintas dan estetika kota.

Maraknya pedagang dipinggir jalan menjadi alternative atau pilihan pembeli untuk membeli barang kebutuhan sedikit walaupun adanya selisih harga

dengan di Pasar karena mempertimbangkan lokasi pasar.

Namun di sisi lain dari wawancara langsung pedagang dan pembeli, beberapa pembeli dan pedagang merasa nyaman berbelanja ataupun berjualan di pasar sentral, dikarenakan fasilitas yang mendukung seperti pintu masuk dan keluar yang teratur, lokasi pasar yang luas dan bersih, aturan berjualan yang rapi memudahkan pembeli memilih dan sistem keamanan yang baik

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan pada bab V, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menyatakan tingkat kesejahteraan pedagang mama-mama Papua setelah pindah ke pasar sentral tidak berpengaruh dilihat dari pendapatannya.

Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu letak pasar sentral dari pusat kota yang cukup jauh, biaya transportasi yang mahal dan hadirnya pedagang dipinggir jalan menjadi alternative atau pilihan pembeli untuk membeli barang kebutuhan sedikit.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan diatas adalah:

1. Bagi pedagang dan pembeli harus memperhatikan kondisi dari Pasar Sentral yang telah dibangun dengan fasilitas-fasilitas yang memadai,

diharap untuk menjaga dan merawatnya dengan tidak membuang sampah sembarangan, merusak bangunan pasar.

2. Bagi pemerintah diharap lebih tegas dalam penataan dan penertiban pedagang yang berada dipinggir jalan, sehingga diharapkan semua pedagang bisa menjadi satu dan berpusat di pasar Sentral.

DAFTAR PUSTAKA

Nurfiana, Ike Wahyu."Analisis Pengaruh Modal, Jam Kerja, dan Lokasi Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Mranggen." Skripsi Sarjana, Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisono Semarang, Semarang, 2018, Hal. 19-25.

Pertiwi, Pitma."Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Tenaga Kerja di Daerah Istimewa Yogyakarta." Skripsi Sarjana, Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2015, Hal.22.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

- Rotua, Chintya Melian."Analisis Penerapan Psak 50/55 (REVISI 2006) Tentang Instrument Keungan Terhadap Relevansi Nilai Informasi Akuntansi Dan Asimetri Informasi." Skripsi Sarjana, Program Studi Akuntansi Dan Fakultas Ekonomi. Universitas Pasundan.Bandung.2015
- Rushan."Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kabupaten Bekasi,"Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen dan Kewirausahaan "optimal", vol. 10 (September, 2016), Hal, 154.
- Sukirno, Sadono. *Mikroekonomi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013.
- Sukirno, Sadono. *Ekonomi Pembangunan*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Sukirno, Sadono. *Mikroekonomi Teori pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015.
- Siregar, Syofian. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013.
- Setiyawati, Ida Bagus Made Agung DwiJatenaya, Rakhmadhani Norhaq."Pendapatan dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani," Jurnal Gerbang Etam, vol 11(2017), Hal,41.
- Saptanto, Shubechanis, Tikyrino Kurniawan, Hetria Maharani Putri, Tajerin."Analisis Penentuan Indikator Kunci Dalam Perhitungan Indeks Kesejahteraan Masyarakat Kelautan dan Perikanan." Jurnal Balai Besar Riset Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, vol.7 (Juni, 2017), Hal.53.
- Saputra, Rholen Bayu."Profil Pedagang Kaki Lima (PKL) yang Berjualan di Badan Jalan (Studi di Jalan Teratai dan Jalan Seroja Kecamatan Senapelan),"Jom FISIP, vol. 1 (Oktober , 2014) Hal. 6.
- Suryani, Yosi."Teori Relokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional (Telaah Studi Literatur)." Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Akuntansi (SNEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Padang, 2015.
- Talahatu, Aswin."Analisis Tingkat Kesejahteraan Atlet Daerah di Kabupaten Mimika."Skripsi Sarjana,Program Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Stie Jambtan Bulan, Timika,2013,Hal,23-24.
- Teguh, Muhammad. *Ekonomi Industri*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada,2016.
- Yulianti, Eva."Pengaruh Relokasi Terhadap Pendapatan Pedagang."Skripsi

Sarjana,Program Ekonomi
Syariah dan Institut Agama
Islam Negeri (IAIN) Metro,
2018.Hal.22-27

