

---

**Kebijakan Relokasi Pasar dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang  
(Studi Pada: Pasar Bauntung Baru Banjarbaru)**

**Namira Salsabila\*, Ali Wardhana**

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin  
[\\*namirasalsabila27@gmail.com](mailto:*namirasalsabila27@gmail.com)

***Abstract***

*This study aims to determine the process of planning the relocation policy of Bauntung Market to Bauntung Baru Market and to determine the impact on the income of traders after being relocated. This research was conducted in Banjarbaru City, precisely in Bauntung Baru Market, using primary data from questionnaires that the respondents had filled out. Respondents are Bauntung Baru Market Traders. This study uses a qualitative descriptive analysis technique. The results of this study indicate that the new Bauntung market relocation policy was carried out because the old Bauntung market was not adequate regarding traders and land area. The impact of this relocation policy for traders is that most of their income has decreased from before the relocation.*

**Keywords:** Market; Relocation; Policy; Impact.

**Abstrak.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses perencanaan kebijakan relokasi Pasar Bauntung ke Pasar Bauntung Baru dan mengetahui dampak terhadap pendapatan pedagang setelah di relokasi. Penelitian ini dilakukan di Kota Banjarbaru tepatnya di Pasar Bauntung Baru, dengan menggunakan data primer yaitu berupa data dari kuesioner- kuesioner yang telah diisi oleh para responden. Responden merupakan Pedagang Pasar Bauntung Baru. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan relokasi pasar bauntung baru ini dilakukan karena meninjau dari kondisi pasar bauntung yang lama sudah tidak memadai dari segi pedagang maupun dari segi luas lahan. Dampak yang di timbulkan dari kebijakan relokasi ini bagi para pedagang yaitu sebagian besar pendapatan mereka menurun dari sebelum adanya relokasi.

**Kata Kunci:** Pasar; Relokasi; Kebijakan; Dampak.

**PENDAHULUAN**

Pembangunan nasional merupakan upaya peningkatan kualitas hidup bangsa Indonesia dan masyarakat yang dilakukan secara berkelanjutan, berlandaskan kekuatan nasional, dan harus mampu menjawab persoalan pembangunan global. Pelaksanaannya mengacu pada kepribadian negara dan prinsip-prinsip luhur universal yang ditampilkan dalam rangka memenuhi keberadaan bangsa yang berdaulat, adil, dan kaya. Oleh karena itu, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan ketahanan budaya merupakan prioritas pembangunan yang penting dan strategis.

Pembangunan dapat didefinisikan sebagai suatu proses pembangunan yang berkelanjutan dari suatu peradaban atau sistem sosial secara keseluruhan menuju cara hidup yang lebih baik atau lebih welas asih (Marliani, 2017). Rencana pengembangan atau pengembangan yang sering disusun oleh para profesional atau konsultan biasanya berasal dari latar belakang budaya atau sosial ekonomi yang beragam dalam mengatasi tantangan signifikan yang mereka temukan. Strategi pengembangan harus dimulai dengan penilaian kebutuhan prospektif kelompok penerima manfaat dan kelompok yang menanggung risiko. Akibatnya, kegiatan pembangunan seperti perencanaan, pendanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi akan dimulai dengan keinginan dan kapasitas masyarakat penerima manfaat dan penanggung risiko itu sendiri.

Rancangan kebijakan dan penentuan prioritas yang jelas merupakan cara untuk mewujudkan apa yang tertuang dalam perencanaan program pembangunan. Fasilitas perencanaan pembangunan dapat dibagi menjadi tiga kategori: efisiensi, keadilan dan penerimaan masyarakat, dan keberlanjutan. Pembangunan yang didorong oleh perencanaan harus menjadi ekspresi keadilan dan melibatkan keterlibatan masyarakat, memungkinkan masyarakat lokal untuk mengambil peran aktif dalam proses perencanaan dan fase pemantauan.

Pasar adalah tempat dimana pembeli dan penjual dapat berkumpul untuk bertukar barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Karena hanya penjual, pembeli, dan barang yang terlibat dalam pembentukan pasar, maka terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak. Pasar tradisional dan pasar kontemporer adalah dua jenis pasar yang berbeda.

Di pasar tradisional, pembeli dan penjual bertemu dan melakukan bisnis secara langsung, dan harga sering dinegosiasikan. Kios atau gerai, los, dan lapangan terbuka sering terlihat di gedung pasar, yang biasanya dikelola oleh pedagang atau pengelola pasar. Kebutuhan sehari-hari seperti makanan, ikan, buah, sayuran, telur, daging dan tekstil adalah barang yang paling sering ditawarkan di pasar ini. Kue dan makanan panggang lainnya juga tersedia untuk dibeli. Banyak orang mengasosiasikan pasar tradisional dengan kemelaratan dan kekotoran. Selain itu, pasar tradisional terkenal dengan kemacetan lalu lintas dan konsentrasi pencopet yang tinggi. Masyarakat kelas menengah ke atas dan remaja sebaiknya menghindari membeli di pasar tradisional karena dapat menurunkan status sosial mereka.

Karena kondisi pasar tradisional yang kumuh, akhir-akhir ini banyak masyarakat Indonesia yang memilih untuk membeli di pasar kontemporer seperti mall, minimarket, supermarket, dan lain sebagainya di Indonesia. Konsumen modern memiliki preferensi untuk pasar yang dikelola dengan baik, terorganisir dengan baik, bersih, dan menyenangkan. Memang benar bahwa pasar kontemporer saat ini berkembang dengan kecepatan yang luar biasa cepat. Selain di perkotaan, sudah merambah ke pedesaan.

Oleh karena itu, pemerintah daerah harus mampu menguasai pasar/toko kontemporer, khususnya minimarket, agar lapak dan pedagang pasar tradisional tidak tergantikan oleh minimarket. Karena hanya pejabat pemerintah daerah yang dapat mengeluarkan izin tersebut, pembatasan ini hanya dapat diberlakukan oleh mereka, sesuai dengan Peraturan No. 112 dan Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 53 tentang Penataan dan Pengembangan Pasar Tradisional, Perbelanjaan Pusat, dan Toko Modern. Ketersediaan komoditas yang diperdagangkan merupakan faktor penting lainnya dalam memastikan bahwa pasar konvensional tidak punah, sehingga setiap pasar atau wilayah tertentu yang memungkinkan harus memiliki pusat distribusi yang dikelola dengan baik. Untuk menjaga pelanggan kembali ke pasar konvensional, pasar harus memiliki identitas merek yang kuat (keunggulan beberapa item).

Pemerintah harus mengeluarkan semua sumber dayanya untuk melestarikan pasar konvensional. Beberapa faktor yang berkontribusi pada kehancuran pasar harus segera ditangani. Informan dari kalangan ekonomi bawah dan pedagang kecil-menengah mewakili ekonomi kerakyatan dan tidak boleh dibiarkan mati. Petani, peternak, dan produsen lain yang menjadi pemasok datang ke pasar tradisional di pagi hari. Namun, masih banyak masyarakat Indonesia yang percaya bahwa pasar tradisional lebih cocok dengan budaya bangsa.

Untuk menghasilkan uang, Anda perlu mengelola perusahaan perdagangan. Selisih antara harga barang yang dijual dan biaya produksi, atau jumlah yang tersisa setelah dikurangi semua biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang tersebut.

Saat ditanya tentang pengalamannya bertransaksi di Pasar Bauntung Baru yang baru, salah satu pedagang di Pasar Bauntung yang lama mengaku melihat adanya penurunan pendapatan menyusul pergeseran tersebut karena semakin jauhnya jarak tempat tinggalnya dengan kawasan perdagangan. Pedagang telah dipindahkan ke daerah yang lebih nyaman dan terorganisir oleh Pemerintah Daerah. Akibatnya, semua pasar harus diatur oleh yurisdiksi masing-masing agar dapat berfungsi. Lokasi pasar baru ini dimaksudkan untuk meningkatkan pendapatan pedagang lokal dan ekonomi lokal secara keseluruhan. Pedagang dari Pasar Bauntung lama di Banjarbaru akan dialihkan ke Pasar Bauntung Baru yang baru di Banjarbaru.

Melalui pemaparan yang telah diolah dan dijelaskan sebelumnya maka rumusan permasalahan mengenai relokasi pasar bauntung ini diantaranya yaitu menjelaskan prosedur kebijakan untuk mempersiapkan relokasi Pasar Bauntung ke Pasar Bauntung Baru Banjarbaru serta mengetahui pengaruh relokasi pedagang ke Pasar Bauntung Baru Banjarbaru terhadap pendapatan mereka. Berdasarkan rumusan maka tujuan penulis adalah sebagai diantaranya untuk memahami proses penyusunan kebijakan relokasi Pasar Bauntung ke Pasar Bauntung Baru dan memahami pengaruhnya terhadap pendapatan pedagang setelah dipindahkan.

## **PENELITIAN TERDAHULU**

Peneliti Gusti Marlioni, Yusuf Asyahi dan Khairiyahur Anwar mempelajari dampak pengembangan pariwisata Martapura Piere Tandean Banjarmasin terhadap pendapatan masyarakat lokal dan pedagang tradisional di daerah sekitarnya. – Analisis pendapatan harian rata-rata penduduk lokal dan pedagang tradisional sebelum dan sesudah pengembangan pariwisata di sepanjang Sungai Martapura Piere Tandean menunjukkan perbedaan pendapatan yang signifikan antara kedua kelompok. Pembangunan wisata di Jalan Piere Tandean telah menghasilkan peningkatan pendapatan masyarakat lokal dan pedagang tradisional, sehingga pengembangan dan promosi pariwisata kota Banjarmasin memberikan dampak dan manfaat positif serta mendorong perekonomian masyarakat lokal dan pedagang tradisional sekitar (Marlioni, 2017).

Penelitian mengenai dampak relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang studi pada pedagang pasar tradisional 24 Tejo Agung. Konsumen cenderung tidak membeli di pasar jika mereka pindah ke posisi yang kurang strategis, menurut sebuah penelitian baru. Diakibatkan oleh jauhnya pasar dari masyarakat sekitar, pedagang kaki lima di pasar kaki lima ini mengalami penurunan penjualan (Yuliani, 2017).

Penelitian mengenai Dampak Pembangunan Flyover Terhadap Pendapatan Perekonomian Pedagang Kaki Lima Kota Banjarmasin. Ada penurunan signifikan dalam pendapatan yang dihasilkan oleh pedagang kaki lima sejak pembangunan jalan layang dimulai, menurut temuan studinya (Amelia, 2014).

## **METODE**

### **Ruang Lingkup Penelitian**

Pada penelitian ini membahas terkait kebijakan relokasi Pasar Bauntung Jalan Kemuning Banjarbaru ke Pasar Bauntung Baru Jalan RO Ulin Banjarbaru

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif meliputi menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai pengaturan dan peristiwa menggunakan informasi yang diperoleh melalui wawancara atau pengamatan langsung dari masalah yang dihadapi.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik untuk mengumpulkan data yang digunakan yaitu (1) penyebaran angket atau angket, angket adalah prosedur pengumpulan data yang dilakukan dengan menawarkan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (2) Wawancara, wawancara yang dilakukan adalah wawancara terstruktur di mana pengumpul data menyiapkan pertanyaan tertulis yang jawaban alternatifnya telah dibuat. Setiap responden diberi pertanyaan yang sama dalam wawancara terstruktur ini, dan pengumpulan datanya dicatat. Wawancara digunakan untuk

menyaring informasi dari pedagang yang pindah ke Pasar BuLutung Baru dan untuk mengetahui prosedur kebijakan relokasi pasar dari Kepala Dinas Kota Banjarbaru. (3) Dokumentasi adalah proses mengumpulkan, menganalisis, memilih, dan menyimpan informasi dalam ranah pengetahuan, yang memberi atau mengumpulkan bukti-bukti yang berhubungan dengan informasi, seperti kutipan, gambar, sobek koran, dan bahan referensi lainnya.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan fase vital dalam penelitian. Pola analitis mana yang akan digunakan harus ditentukan melalui penelitian. Pendekatan analisis data kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Kemudian, dari fakta-fakta atau kejadian-kejadian tertentu, ditarik kesimpulan-kesimpulan yang sifatnya lebih umum. Peneliti mempelajari pengaruh migrasi pada pedagang pasar, yang mengakibatkan penurunan pendapatan pedagang. Selanjutnya, data yang dikumpulkan dari pengamatan ini digabungkan dengan temuan wawancara, dan dokumentasi disusun untuk dianalisis dan dijelaskan. Kemudian mencapai kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Proses Perencanaan Pemindahan Pasar Bauntung Banjarbaru**

Berdasarkan wawancara langsung dengan bapak Drs. Abdul Basid, MM sebagai Kepala Dinas Perdagangan Kota Banjarbaru pada 3 Januari 2022 adapun berbagai langkah yang ditempuh untuk menyusun kebijakan dalam perubahan dalam hal ini pemindahan ke pasar Bauntung Baru di Banjarbaru: Kebijakan ialah program atau kebijakan pemerintah yang sebelumnya tentu sudah saling disepakati bersama untuk memenuhi kewajibannya melindungi hak-hak masyarakat dan mencapai tujuan masyarakat. Program pemerintah memindahkan pedagang pasar Bauntung ini dimaksudkan untuk memenuhi kewajiban pemerintah terkait dengan visi dan tujuan Walikota Banjarbaru tahun terdahulu Bapak H. Nadjmi Adhani beserta Wakilnya Bapak H. Darmawan Jaya Setiawan. Pak Nadjmi berpendapat bahwa pasar Bauntung yang terdahulu tidak bisa lagi mendukung, baik dari segi ukuran maupun pedagang pada pasar ini sendiri.

Berdasarkan wawancara langsung dengan bapak Drs. Abdul Basid, MM sebagai Kepala Dinas Perdagangan Kota Banjarbaru pada 3 Januari 2022 diketahui bahwa setelah di lantiknya Bapak Nadjmi Adhani dan Bapak Darmawan Jaya Setiawan menjadi Walikota dan Wakil Walikota Banjarbaru, mereka harus menjalankan atau mewujudkan visi-misi mereka. Salah satunya adalah merelokasi pasar bauntung. Setiap kebijakan pemerintah apapun itu bentuknya, harus di sosialisasikan kepada masyarakat. Sehingga dalam hal ini sosialisasi relokasi pasar bauntung harus dilakukan, agar para pedagang paham dan mengerti tujuan dari relokasi pasar tersebut.

Pada wawancara langsung dengan bapak Drs. Abdul Basid, MM sebagai Kepala Dinas Perdagangan Kota Banjarbaru pada 3 Januari 2022 ini pula diketahui pembangunan yang di laksanakan pada penghujung tahun 2019 dan selesai di bangun pada penghujung tahun 2020, setelah pembangunan pasar selesai tim dari Dinas Perdagangan mulai merancang untuk merelokasi atau memindahkan pedagang dari Bauntung yang lama ke pasar Bauntung Baru. Langkah selanjutnya yang di lakukan adalah sosialisasi kepada para pedagang yang dipimpin langsung oleh Bapak Nadjmi, Bapak Darmawan Jaya, Bapak Abdul Basid, dan tim yang sosialisasinya bertempat pada Gedung Bina Satria Banjarbaru. Sosialisasi ini beberapa kali dilakukan untuk kenyamanan pedagang pasar Banjarbaru.

Setelah adanya sosialisasi atau pengenalan kepada pedagang tentang rencana relokasi ini, langkah selanjutnya adalah verifikasi data para pedagang. Verifikasi data para pedagang ini sudah dimulai pada saat awal perencanaan relokasi pasar pada tahun 2018, pada tahun itu sudah ada beberapa data pedagang yang dikumpulkan. Setelah pembangunan Pasar Bauntung yang baru ini selesai yaitu pada akhir tahun 2020, mulailah direncanakan untuk pemindahan para pedagang di pasar yang lama ke pasar yang baru. Perencanaan pemindahan atau relokasi pedagang tersebut direncanakan akan berlangsung bertahap pada bulan Januari sampai bulan April tahun 2021. Tetapi karena suatu dan lain hal, relokasi di percepat hanya dalam waktu satu bulan yang berlangsung pada bulan Januari 2021 – Februari 2021.

### **Tujuan Pemindahan Pasar Bauntung Banjarbaru**

Tujuan dari relokasi pasar bauntung lama ke pasar bauntung baru ini adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Pertama, pemerintah setempat menyiapkan los atau kios yang bersih. Kedua, memfasilitasi sarana dan prasarana seperti listrik, air, kebersihan, dan keamanan. Karena di pasar bauntung lama, pedagang banyak yang harus membayar iuran-iuran tersebut. Yang mana di pasar bauntung yang baru ini tidak ada iuran-iuran tersebut, karena semua merupakan fasilitas dari pemerintah.

Tujuan selanjutnya yaitu pemerintah ingin merubah pola pikir atau pola hidup pedagang. Yang tadinya berjualan di pasar tradisional yang bisa dikatakan kumuh dan kotor, sekarang berjualan di pasar modern yang pasar nya bersih dan tertata rapi. Dalam hal ini, pemerintah berusaha menyiapkan pasar yang tidak kumuh, bersih, modern, dan tertata rapi. Sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi pedagang yang berjualan, maupun kenyamanan bagi para pembeli dan pengunjung pasar bauntung yang baru. Karena seiring berjalannya waktu, manusia pasti harus berkembang menyesuaikan zaman.

Dukungan pemerintah Kota Banjarbaru yang siap memberikan kenyamanan dengan pengembangan pasar yang lebih baik di lokasi yang baru. Karena dengan adanya pasar yang luas, pasti pedagang juga akan lebih nyaman berjualan. Dan pembeli pun juga lebih nyaman berbelanja. Dalam sosialisasi tahap kedua ini, respon pedagang

terhadap rencana relokasi ini sudah tidak seperti penolakan pada sosialisasi tahap pertama lalu. Sebagian besar pedagang sudah lebih menerima adanya relokasi ini. Tetapi ada juga pedagang belum sepenuhnya menerima. Ada berbagai macam alasan yang membuat mereka belum menerima kebijakan relokasi ini. Salah satu alasan yang mereka ungkapkan adalah mereka takut pasar yang baru nanti akan sepi pembeli. Karena akses menuju pasar bauntung yang baru dianggap tidak semudah seperti akses di pasar bauntung yang lama. Menanggapi hal tersebut, Bapak Nadjmi menjelaskan bahwa tujuan relokasi pasar ini juga demi kebaikan mereka semua. Karena di pasar bauntung yang lama dianggap sudah sangat sempit dan tidak bisa menampung pedagang lagi. Dengan adanya relokasi ini diharapkan para pedagang bisa dengan nyaman berjualan, dengan los yang bersih dan luas. Pembeli pun bisa dengan nyaman berbelanja dan tidak berdesakan.

Memindahkan atau merelokasi pasar ini tentunya bukan hal yang mudah. Apalagi pada saat tahap awal sosialisasi, masih banyak pedagang yang menolak dan tidak mau pindah dengan berbagai macam alasan. Alasan mereka menolak yaitu mereka beranggapan bahwa lokasi pasar yang baru ini kurang strategis, mereka juga khawatir kalau sepi pembeli dan barang dagangan mereka tidak laku. Tetapi seiring berjalannya waktu, semua alasan atau semua kekhawatiran mereka bisa di tepis. Dengan adanya sosialisasi yang maksimal dan tujuan yang jelas dari merelokasi pasar ini, akhirnya banyak pedagang yang mau pindah dan berjualan di pasar bauntung yang baru. Sampai sekarang ada sekitar 1085 pedagang yang menempati pasar bauntung yang baru ini.

### **Dampak Pemindahan Pasar Bauntung Banjarbaru**

Dampak Jarak Pasar Bauntung Banjarbaru dengan Pemukiman Penduduk cukup jauh sehingga menyebabkan tempat relokasi pasar masih cukup sunyi. Konsumen lebih memilih untuk berbelanja di pasar terdekat rumah meskipun pasar kecil dengan alasan lebih efektif dan tidak membuang waktu meskipun terdapat sedikit selisih harga yang lebih mahal ketika berbelanja di pasar kecil. Rata-rata para pedagang pun merasa jarak pasar bauntung cukup jauh dari tempat tinggal para pedagang, sehingga para pedagang memerlukan usaha lebih untuk memulai hari saat berdagang.

Dampak dari pemindahan Pasar Bauntung Banjarbaru terhadap omzet pedagang masih tidak stabil dan rata-rata pendapatan menurun. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 30 orang responden didapatkan bahwa 66,7% pendapatan pedagang menurun, 26,7% pendapatan pedagang tetap, dan 6,6% pendapatan pedagang meningkat. Tingginya pendapatan pedagang yang menurun tentu tidak diharapkan oleh berbagai pihak baik pedagang maupun pemerintah.

Dampak dari pemindahan Pasar Bauntung Banjarbaru terhadap beban biaya yang dikeluarkan pedagang tentu cukup terlihat. Berdasarkan hasil wawancara

langsung terhadap pedangan rata-rata para pedagang merasa keberatan dengan biaya pajak yang harus dibayarkan karena dirasa masih terlalu tinggi. Disamping itu ada biaya beban yang digunakan dalam proses pemindahan pasar yang harus ditanggung sendiri, dan jarak pasar yang direlokasi lebih jauh sehingga memerlukan biaya transportasi lebih dari pasar sebelumnya.

## **PENUTUP**

Temuan penelitian ini menunjukkan pengaruh pendapatan pedagang setelah dikaitkan dengan pasar Bauntung Baru Banjarbaru sebagai berikut: Pendapatan adalah uang yang diterima oleh seseorang atau badan berupa gaji, upah, sewa, dan keuntungan. Pendapatan merupakan komponen yang paling penting bagi setiap pribadi manusia di dunia, dan memiliki dampak yang signifikan terhadap keberadaan suatu perusahaan. Selanjutnya pada proses pembuatan penelitian tentang relokasi ke pasar Bauntung Baru Banjarbaru ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian diantaranya yaitu Tingginya angka covid-19 sehingga proses wawancara harus menggunakan protokol kesehatan lebih ketat.

Berdasarkan hasil olah data mengenai Pasar Bauntung maka disimpulkan proses perencanaan kebijakan relokasi Pasar Bauntung ini berawal dari pemerintahan sebelumnya. Banyak faktor yang melatarbelakangi kebijakan relokasi pasar ini. Salah satunya, ditinjau dari keadaan Pasar Bauntung yang lama, dimana kondisi pasar tersebut di anggap sudah tidak dapat menampung baik dari segi pedagang maupun dari segi luas lahan. Setelah itu pemerintah setempat mulai merancang untuk memindahkan para pedagang dan melakukan sosialisasi. Sosialisasi relokasi pasar bauntung harus dilakukan, agar para pedagang paham dan mengerti tujuan dari relokasi pasar tersebut. Setelah dilakukannya sosialisasi, dilakukanlah verifikasi data pedagang yang bersedia dipindahkan ke Pasar Bauntung Baru. Pemerintah berencana melakukan relokasi pasar bauntung dimulai dari pembangunan yang dilaksanakan pada akhir tahun 2019 sampai dengan akhir tahun 2020. Proses pemindahan berlangsung pada bulan Januari sampai bulan Februari tahun 2021. Serta Pendapatan pedagang pasar setelah direlokasi ada yang tidak stabil dan ada juga yang sangat menurun drastis pasca dilakukan relokasi, ketidakstabilan ini membuat pendapatan pedagang pasar mengalami fluktuasi. Pendapatan pedagang mengalami perubahan sesudah adanya relokasi. Namun, pendapatan pedagang pasar relatif menurun.

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas yang telah dipaparkan, maka penulis memberikan saran-saran diantaranya untuk pemerintah Kota Banjarbaru lebih giat lagi mensosialisasikan Pasar Bauntung yang baru ini, agar banyak masyarakat yang berkunjung dan berbelanja di Pasar Bauntung yang baru. Jadi dengan banyak pengunjung dan pembeli pasar menjadi ramai, ini juga berpengaruh untuk tercapainya



visi dan misi Walikota Banjarbaru tahun 2015. Serta bagi pedagang pasar bauntung lama untuk segera pindah ke pasar bauntung baru agar pasar bauntung tidak terbagi menjadi dua. Karena jika menjadi satu di pasar bauntung baru pengunjung akan lebih banyak berkunjung dan berelanja ke pasar bauntung baru hal ini juga dapat menstabilkan pendapatan pedagang. Dengan begitu, Pasar Bauntung yang baru ini dapat menjadi pusat pasar terlengkap di Kota Banjarbaru. Selain itu, informan juga mengharapkan agar pihak terkait dapat mempertimbangkan adanya penurunan biaya pajak, karena sebagian besar informan mengeluhkan tingginya biaya pajak.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- A. Steiner, George dan John B. Minel. 1997, *Management Policy and Strategy*, Alih Bahasa Ticoalu dan Agus Dharma, Kebijakan dan Strategi Manajemen, edisi kedua. Jakarta: Erlangga.
- Achmadi, M. 1995. *Aspek Pengembangan dan Permasalahan Usaha Kecil* Cetakan I. Jakarta: Penerbit Erlangga Pertama.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitaitaif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Marbun, BN. 2003, *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Murtono, Sri dkk. 2006, *Pendidikan Kewarganegaraan*. Jakarta: Yudhistira Ghalia Indonesia.
- Nugroho, Riant. 2006, *Kebijakan Publik Negara Berkembang*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Nurcholis, Hanif, dkk. 2009, *Perencanaan Partisipatif Pemerintah Daerah*. Jakarta: Grasindo.
- Permadi, Gilang. 2007, *Pedagang Kaki Lima, Riwayatmu Dulu, Nasibmu Kini*. Jakarta: Yudhidtira.
- Sudarmanto, R. Gunawan. 2003. *Statistik Terapan Berbasis Komputer*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2011. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan (R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2018. *Meteorologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Sujiano, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Sukirno, Sadono. 2012. *Makroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suliyanto. 2008. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offsit.
- Sungkono, Chriswan. 2006, *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Selemba Empat.
- Thomas R. Dye. 2013, *Understanding Public Policy*. Person Education.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2002, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka.
- Wahyuni, Sari. 2012. *Qualitative Research Method: Theory and Practical*. Jakarta: Penerbit Salemba.

Jurnal:

Fatmawati, 2014 “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Pasar Raya Padang”, Jurnal Studi Pendidikan Ekonomi, (STIKIP) PGRI Sumatera Barat.

Internet:

<http://hukummedia.com/penacinta/berdagang-di-trotoar-denda-1,5miliar/diaskes> pada tanggal 21 Februari 2021 Pukul 10:33 Wita.

[www.Landasanteori.com/2015/10/pengertian-kebijakan-publik-dan.html?m=1/](http://www.Landasanteori.com/2015/10/pengertian-kebijakan-publik-dan.html?m=1/) diaskes pada tanggal 23 Februari 2018 Pukul: 21:20 Wita.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Lembaga\\_Negara\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Lembaga_Negara_Indonesia)