

## PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP LOKASI PASAR BARU BOBOU KELURAHAN FAOBATA KECAMATAN BAJAWA KABUPATEN NGADA

Oleh

- 1) Praksedis Stigma Meo  
Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan  
e-mail: [praksedisstigmameo@gmail.com](mailto:praksedisstigmameo@gmail.com)
- 2) Yohanes Paulus Luciany  
Dosen Prodi Ekonomi Pembangunan  
e-mail: [yohanespaulusluciany@gmail.com](mailto:yohanespaulusluciany@gmail.com)

### **Abstract.**

*This study aims to determine how the community's perception of the Pasar Baru Bobou location. This research is a qualitative descriptive study, which explains or describes the results of the research based on the data obtained from the research results. The population in this study are people in 7 sub-districts, and traders who sell in the market. The sampling technique used purposive sampling method, namely the community and traders as market users. The population in this study amounted to 179 people consisting of 140 people and 39 traders. The data collection technique uses a questionnaire or questionnaire which contains statements and summarized in tables and graphs and explains them according to the results of the interview. The results of this study indicate that the relocation of the Bajawa Inpres Market to Pasar Baru Bobou resulted in many community complaints. In general, the results of research in 7 urban villages describe the community as agreeing with the market relocation. However, the community complained about the cost of transportation to the Bobou market. They said that the transportation costs were very expensive, up 100-200% from usual. Meanwhile, for traders, they complained about the availability of water in the market. Therefore, the recommendation given to the government regarding public complaints is that the government needs to provide free vehicles for the community, at least free vehicles in the city as transportation to the market if government funds allow. Meanwhile, for traders, the government must pay more attention to the availability of water in the market.*

*Keywords: Perception, society, traders, market relocation, socio-economy.*

### **1. Pendahuluan**

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah. Pasar tradisional Golongan A di Kabupaten Ngada termaksud jenis pasar tradisional yang usianya mencapai lebih dari 20 Tahun. Terbentuk secara alami di Kecamatan Bajawa, Kabupaten Ngada, serta diwariskan secara turun-temurun oleh para pedagang maupun para pengguna jasa pasar tradisional yang semula bernama Pasar Inpres Bajawa dan menginstruksikan untuk melakukan relokasi dari pasar Inpres Bajawa ke Pasar Baru

Bobou yang terletak di Kelurahan Faobata, Kecamatan Bajawa, Kabupaten Ngada, Provinsi NTT.

Lokasi pasar tradisional yang berada di Kelurahan Tanalodu Kecamatan Bajawa ini berlokasi di tengah kota, sehingga disaat kegiatan pasar berlangsung banyak aktifitas warga yang terhambat, karena kegiatan jual beli di pasar ini berlangsung di atas koridor jalan, yang membuat aksesibilitas warga lain terganggu. Saat ini Pasar Bobou mampu menampung hingga lebih dari 100 pedagang yang terdiri atas 3 los yaitu Los Beras dan Ikan Kering, Los Sayur dan Buah- buahan, serta Los Ikan dan Daging dan juga terdapat pengelompokan penjual sembako, rumah makan, serta penjual sandang. Adanya relokasi pasar ini didukung oleh beberapa faktor yakni : penataan kota, peningkatan pendapatan ekonomi pedagang, ketersediaan lahan luas untuk membangun pasar baru, kebutuhan pedagang akan luasnya tempat berdagang.

Relokasi dilakukan karena pertimbangan keterbatasan daya tampung pedagang dan dukungan fasilitas serta sarana di pasar lama. Sebelumnya di pasar lama hanya mampu memberikan daya tampung sebanyak 15 kios dan 1 los. Akibatnya, tidak sedikit pedagang yang berjualan hingga di luar kawasan Pasar Inpres Bajawa. Dampak penambahan jumlah pedagang yang tidak mampu lagi diakomodasi menyebabkan terjadinya kesemerawutan tata kota, sehingga cukup mengganggu ketertiban umum.

Keberadaan suatu bangunan di lingkungan masyarakat ditanggapi dengan berbagai persepsi masyarakat. Persepsi itu terjadi karena adanya rangsangan dari lingkungan. Rangsangan tersebut dapat berupa perubahan situasi lingkungan dari yang dahulunya dirasakan baik kemudian berubah menjadi tidak baik dan sebaliknya. Persepsi merupakan cara pandang seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu objek yang dilihat atau dirasakan kemudian orang tersebut memberikan penilaian, melalui kesempatan mempersepsi orang dapat memberikan komentar positif maupun negatif terhadap suatu objek yang diamati.

Kebijakan yang dilakukan oleh Pemda Ngada untuk merelokasi pasar adalah untuk menjawab harapan warga masyarakat khususnya para pedagang yang menginginkan adanya sebuah pasar yang lebih luas dengan fasilitas pasar yang jauh lebih memadai seperti ukuran pasar yang lebih luas, persediaan air bersih, mandi cuci kakus (MCK), listrik, dan fasilitas lainnya. Menanggapi permasalahan tersebut, pihak pemerintah mengambil kebijakan memindahkan pasar inpres bajawa ke pasar baru bobou. Dengan

adanya relokasi ini, pemerintah mengharapkan adanya ketertiban, kenyamanan, kebersihan dan kelayakan bagi perekonomian masyarakat. Pemindahan lokasi pasar ini menimbulkan berbagai persepsi masyarakat terhadap letak lokasi pasar baru. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi masyarakat terhadap lokasi pasar Baru Bobou? Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap lokasi pasar Baru Bobou

## **2. Kajian Pustaka**

### **Persepsi**

Menurut Desiderato dalam Jalalludin Rakhmad (2004:51), menyatakan persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi diartikan sebagai proses seorang individu memilih mengorganisasikan dan menafsirkan masukan-masukan.

### **Masyarakat**

Dalam bahasa Inggris, masyarakat disebut *society*, asal kata *socius* yang berarti kawan. Adapun kata masyarakat berasal dari bahasa Arab yaitu *syirk*, artinya bergaul ini karena ada bentuk-bentuk aturan hidup, yang bukan disebabkan oleh manusia sebagai perseorangan, melainkan oleh unsur-unsur kekuatan lain dalam lingkungan sosial yang merupakan kesatuan.

Koentjaraningrat (2012 :122), masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi sesuai dengan sistem adat- istiadat tertentu yang sifatnya berkesinambungan dan teikat oleh suatu rasa identitas bersama.

### **Konsep Relokasi Pasar**

Relokasi merupakan pemindahan suatu tempat ke tempat yang baru. Relokasi adalah salah satu wujud kebijakan pemerintah daerah yang termaksud dalam kegiatan revitalisasi. Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalize kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital / hidup (Danisworo, 2002).

### **Pengertian Pasar**

Pasar merupakan suatu daerah dimana pembeli dan penjual saling berhubungan satu sama lainnya, untuk melakukan pertukaran barang maupun jasa pada waktu-waktu tertentu (Amir, 2000:186).

### **Teori Pasar**

Pengertian pasar secara sempit diartikan sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi baik barang ataupun jasa. Akan tetapi ada pula pasar yang tidak mempertemukan antara penjual dan pembeli, misal saja pasar saham. Maka dari itu, pasar juga dapat diartikan secara luas, yakni suatu proses dimana penjual dan pembeli saling berinteraksi untuk menetapkan harga keseimbangan. Dengan demikian, kita dapat merangkum kedua arti pasar tersebut menjadi pengertian pasar secara umum, adalah suatu tempat bertemunya permintaan dan penawaran, sehingga dapat menetapkan harga.

### **3. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian ini adalah lokasi pasar baru khususnya masyarakat dan pedagang sebagai pengguna pasar Baru Bobou. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah observasi, penyebaran angket, wawancara, dan dokumentasi. Metode Analisis Data yang digunakan untuk pengukuran persepsi masyarakat pada penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Noor (2012:128) skala likert merupakan teknik mengukur sikap dimana subjek diminta untuk mengidentifikasi tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pertanyaan. Jawaban yang telah diberikan responden pada angket selanjutnya dihitung dengan menggunakan rumus presentase (%) Sudijono (2003:40).

$$P = F/n \times 100 \%$$

Keterangan :

P= Presentase yang akan dicapai.

F= Jumlah jawaban benar.

n= Jumlah sampel responden.

(Sevilla et. Al, 1960 : 1820)

### **4. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

#### **a. Persepsi Masyarakat Tentang Lokasi Pasar Baru**

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terkait lokasi pasar baru bobou yang strategis, 0,7% memilih sangat tidak setuju karena jarak tempat tinggal yang sangat jauh dari pasar. Masyarakat yang memilih tidak setuju sebanyak 12,9% menyatakan bahwa pasar bobou

tidak strategis seperti pasar Inpres Bajawa karena harus menempuh jarak 2 Km lagi dan berada di tempat yang sepi. Adapula masyarakat yang memilih netral yaitu sebanyak 5,0% yang menyatakan bahwa pasar Baru Bobou dan Pasar Inpres Bajawa sama saja. Sebanyak 54,3% setuju dengan pernyataan tersebut. Sedangkan yang sangat setuju yaitu sebanyak 27,1% menyatakan bahwa pasar Bobou sangat strategis karena dekat dengan tempat tinggal mereka. Dari hasil yang ada, yang setuju lebih banyak didominasi oleh masyarakat yang jarak tempat tinggalnya tidak begitu jauh dari pasar. Sedangkan yang tidak setuju dan lainnya adalah hasil dari persepsi masyarakat yang tempat tinggalnya jauh dari Pasar Bobou.

#### **b. Persepsi Masyarakat Terhadap Kebijakan Pemerintah Mengenai Relokasi Pasar**

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terkait persepsi tentang kebijakan pemerintah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, 0,7% masyarakat memilih sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut dengan alasan pemerintah telah menyusahkan mereka melalui relokasi pasar karena pasar Bobou bukan tempat yang tepat sebab jauh dari keramaian. Sebanyak 22,1% memilih tidak setuju karena anggapan mereka pemerintah tidak melakukan pendekatan persuasif terhadap mereka untuk menyampaikan aspirasi mereka terkait relokasi pasar. Oleh karena itu, mereka tidak setuju dengan kebijakan pemerintah tersebut. Mereka beranggapan bahwa pasar baru bobou berada di tempat yang tidak seramai pasar lama yaitu pasar Inpres Bajawa. Yang memilih netral sebanyak 16,4% adalah mereka yang beranggapan bahwa sekalipun ada atau tidak adanya kebijakan pemerintah untuk merelokasi pasar, tetap mereka akan menerima pasar baru bobou sebagai pasar hasil relokasi dari pasar Inpres Bajawa. 41,4% masyarakat setuju dengan adanya kebijakan pemerintah terhadap relokasi pasar tersebut. Dan sebanyak 19,3% masyarakat sangat setuju dengan kebijakan pemerintah tersebut karena pemerintah melakukan pengembangan wilayah, dimana tempat Pasar Bobou sebelumnya adalah hutan kini dirubah menjadi pasar. Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat, sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa apa yang dilakukan pemerintah itu baik untuk masa depan masyarakat.

#### **c. Persepsi Masyarakat Terhadap Kebersihan Pasar**

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terkait persepsi tentang pasar baru lebih bersih dibandingkan pasar lamayang mana 2,9% masyarakat tidak setuju dengan pernyataan tersebut karena pasar lama dianggap lebih bersih dari pasar baru. 2,1% memilih netral

karena menganggap pasar lama dan pasar baru sama saja. Kemudian, sebanyak 72,9% setuju bahwa pasar baru lebih bersih. Mereka beranggapan bahwa pasar lama sangat kumuh, sesak dan tidak sedap dipandang karena sampah berserakan dimana-mana. Sebanyak 22,1% memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut karena selama di pasar baru, mereka tidak pernah melihat sampah berserakan dimana-mana. Pasar selalu terlihat rapih dan bersih.

#### **d. Persepsi Masyarakat Tentang Transportasi**

Berdasarkan pembagian kuesioner terkait dengan pernyataan transportasi mudah diperoleh untuk pergi ke pasar, 0,7% menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sebanyak 32,1% masyarakat memilih tidak setuju karena menganggap bahwa transportasi sangat susah diperoleh ke pasar. Apalagi di Bajawa tidak memiliki angkutan dalam kota. Namun ada juga yang memilih netral yaitu sebanyak 20,0% dan mereka menyatakan bahwa transportasi yang diperoleh ke pasar lama dan pasar baru masih bisa diperoleh. sebanyak 35% masyarakat setuju bahwa transportasi mudah diperoleh. Yang memilih setuju adalah mereka yang memiliki kendaraan sendiri dan yang memang rumahnya dekat dengan jalur transportasi. Dan sebanyak 12,1% memilih sangat setuju karena memang tempat tinggal mereka dekat dengan pasar.

#### **e. Persepsi Masyarakat Terhadap Penataan Pasar**

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner terkait dengan pernyataan pasar baru lebih tertata dengan baik dibandingkan pasar lama, 0,7% memilih sangat tidak setuju karena menganggap pasar baru belum tertata dengan baik. Selain itu, yang memilih tidak setuju adalah sebesar 4,3% karena mereka menilai penataan pasar baru belum seutuhnya bagus sebab banyak lahan yang masih kosong yang belum dimanfaatkan. Dan adapula yang memilih netral yaitu 4,3% karena menganggap penataan pasar lama dan pasar baru sama saja. Sebanyak 61,4% setuju dengan pernyataan tersebut karena mereka beranggapan pasar baru sudah lebih bagus dibandingkan pasar lama mulai dari penataan pasar sampai kepada sarana dan prasarananya. Yang memilih sangat setuju adalah sebanyak 29,3% karena menurut mereka pasar baru ditata secara baik dan mereka nyaman berbelanja di pasar baru.

#### **f. Persepsi Masyarakat Terhadap Ongkos Angkutan**

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, sebanyak 11,4% memilih sangat tidak setuju karena ongkos angkutan dinilai sangat mahal. Mereka menyampaikan aspirasi mereka

terkait dengan hasil dari relokasi pasar ini. Mereka sangat mengharapkan campur tangan pemerintah seperti menyediakan angkutan secara gratis di dalam kota sampai ke pasar. 42,1% masyarakat tidak setuju dengan pernyataan bahwa ongkos angkutan tidak mahal. Sebanyak 42,1% memilih tidak setuju yaitu dengan alasan yang sama dengan masyarakat yang memilih sangat tidak setuju. Bagi masyarakat yang menggunakan ojek, mereka mengeluhkan ongkos ojek karena dianggap sangat mahal. Berbeda dengan ongkos ojek saat ke pasar lama. Ongkos ke pasar baru dinilai naik 2-3 kali lipat. Namun ada sebagian masyarakat yang setuju yaitu sebanyak 19,3% karena mereka menggunakan kendaraan pribadi dan memang tempat tinggal mereka di sekitar pasar. Rata-rata yang memilih setuju adalah masyarakat di Kelurahan Faobata karena berada di sekitar pasar. Begitu pula dengan masyarakat sebanyak 12,1% yang memilih sangat setuju karena mereka ke pasar hanya dengan berjalan kaki.

#### **g. Persepsi Pedagang Terhadap Lokasi Pasar Bobou**

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, sebanyak 15,4% pedagang menyatakan bahwa mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan pasar bobou sangat strategis dikarenakan para pedagang memandang relokasi pasar masih perlu pertimbangan karena mereka merasa lebih baik memperbaiki pasar yang ada daripada membuka pasar yang baru. 5,1% memilih tidak setuju karena lokasi pasar yang cenderung masuk ke dalam hutan. Sebanyak 17,9% memilih netral karena menganggap pasar bobou dan pasar lama sama-sama strategis. 59,0% pedagang setuju bahwa lokasi pasar baru strategis. Alasan utama lokasi tersebut sesuai adalah bahwa lokasi tersebut adalah lokasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dan apapun yang dilakukan oleh pemerintah itu adalah baik untuk masa depan mereka. Yang memilih sangat setuju adalah 2,6% dengan alasan pasar tersebut sudah berada di tempat yang tepat karena pemerintah sudah menetapkan tempat tersebut sebagai pasar hasil relokasi dari pasar Inpres Bajawa.

#### **h. Persepsi Pedagang Terhadap Kebijakan Pemerintah**

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, 2,6% menyatakan sangat tidak setuju karena menganggap pemerintah salah menentukan tempat pasar yang baru. 5,1% juga menyatakan bahwa mereka tidak setuju karena mereka beranggapan bahwa yang dilakukan pemerintah itu hanya akan merugikan pedagang. Karena situasi di pasar lama yang dianggap lebih baik, tidak sama dengan situasi di pasar baru. 12,8% memilih netral. Sebanyak 46,2% pedagang setuju dengan kebijakan pemerintah mengenai relokasi Pasar

Inpres Bajawa ke Pasar Baru Bobou. Pedagang yang setuju beranggapan bahwa apa yang dilakukan pemerintah itu selalu baik untuk mereka. Kebijakan pemerintah yang pada awalnya penuh dengan pro dan kontra ini pada akhirnya ditemukan jawaban langsung dari para pedagang bahwa sebagian besar dari mereka setuju dengan kebijakan ini. Dan sebanyak 33,3% pedagang memilih sangat setuju dengan kebijakan pemerintah terkait dengan relokasi pasar karena mereka menganggap pasar Baru Bobou lebih layak digunakan dari pasar Inpres Bajawa.

#### **i. Persepsi Pedagang Terhadap Sarana dan Prasarana**

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner terkait dengan pernyataan sarana dan prasarana di pasar baru lebih lengkap, 2,6% memilih sangat tidak setuju karena pedagang merasa bahwa sarana dan prasarana di pasar baru tidak lengkap. Sebanyak 20,5% memilih tidak setuju karena mereka mengeluhkan fasilitas pasar, misalnya saluran air yang berfungsi baik, dan sarana air bersih. Sebanyak 43,6% pedagang memilih netral karena menganggap sarana dan prasarana di pasar baru dibandingkan pasar lama sama saja. Sebanyak 20,5% pedagang menyatakan bahwa mereka setuju dengan pernyataan tersebut. Dan 12,8% pedagang memilih sangat setuju karena segala fasilitas yang ada di pasar Baru Bobou dianggap sudah lengkap.

#### **j. Persepsi Pedagang Terhadap Tingkat Pendapatan**

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, 10,3% pedagang memilih sangat tidak setuju karena pendapatan mereka menurun. Sebanyak 30,8% memilih tidak setuju karena pendapatan mereka sangat turun dibandingkan saat mereka berdagang di pasar lama, apalagi para pedagang kecil yang bertempat di los paling belakang. Sebanyak 38,5% pedagang memilih netral. Mereka menyatakan bahwa pendapatan mereka masih stabil. Selain itu juga, ada pedagang yang setuju bahwa pendapatan mereka naik yaitu sebanyak 15,4% pedagang karena tempat jualan mereka selalu ramai didatangi pembeli dan mereka merupakan pedagang besar sehingga pendapatan mereka naik.

#### **k. Persepsi Pedagang Terhadap Jumlah Pelanggan**

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, pedagang sejumlah 5,1% memilih sangat tidak setuju dengan pernyataan pedagang mendapatkan banyak pelanggan di pasar baru. Sebesar 15,4% pedagang memilih tidak setuju karena mereka tidak mendapatkan banyak pelanggan di pasar baru. sebanyak 48,7% pedagang memilih netral menyatakan bahwa tidak ada perubahan pelanggan sejak mereka berjualan di pasar baru. Sedangkan 25,6%

pedagang memilih setuju karena mereka mendapatkan banyak pelanggan di pasar baru. Adapun yang memilih sangat setuju yaitu sebanyak 5,1% karena mendapatkan banyak sekali pelanggan di pasar baru sebab mereka berjualan di dekat pintu masuk los jualan

## **5. Kesimpulan dan Saran**

### **Kesimpulan**

Dapat disimpulkan bahwa berbagai dampak sosial ekonomi yang muncul dari pelaksanaan relokasi pasar yang dirasakan pedagang dan masyarakat adalah berbeda-beda.

#### **1. Masyarakat.**

Adanya relokasi Pasar Inpres Bajawa ke Pasar Baru Bobou mengakibatkan banyak keluhan masyarakat. Secara umum, hasil penelitian di 7 kelurahan menggambarkan masyarakat setuju dengan relokasi pasar tersebut. Namun, masyarakat mengeluhkan ongkos angkutan menuju ke pasar bobou. Mereka mengatakan bahwa ongkos angkutan sangat mahal, naik 100-200 % dari ongkos normal.

#### **2. Pedagang.**

Bagi pedagang besar yang relatif memiliki modal usaha ekonomi dan sosial yang jauh lebih mapan tidak begitu merasakan dampak yang berarti. Malahan relokasi pasar membawa perubahan positif seperti keinginan dan semangat pedagang besar untuk terus memajukan usahanya agar dapat berkembang lebih baik. Sedangkan bagi pedagang kecil, relokasi pasar dirasakan belum membawa kesejahteraan mereka ke arah yang lebih baik. Pedagang kecil makin merasakan dengan adanya perubahan di dalam pasar yang diwujudkan dalam relokasi pasar telah mematikan usaha mereka. Hal ini dapat dilihat dari adanya perubahan pendapatan para pedagang kecil yang menurun dibandingkan ketika pasar belum direlokasi. Selain itu, banyak pedagang kecil yang meninggalkan tempat berjualan mereka karena mengalami kerugian

Di samping itu, dari adanya pelaksanaan relokasi pasar juga membawa pergeseran relasi sosial di dalam pasar. Bagi pedagang besar, cenderung memperoleh jaringan perdagangan yang lebih luas. Sedangkan pedagang kecil relasi sosial tersebut semakin terkikis dengan hilangnya pelanggan sehingga mereka harus membangun kembali dari awal relasi yang telah terputus.

Sebagai rekomendasi, relokasi pasar yang dilakukan harus mengedepankan dan memperhatikan kembali kondisi dan keinginan pedagang. Pedagang yang menjadi pelaku pasar kebanyakan berangkat dari basis kapital ekonomi yang kurang kuat. Sehingga jika pedagang terlalu dibebani oleh berbagai macam beban akan menghambat roda perekonomian mereka. Jika roda kegiatan ekonomi mereka terhambat, akan menyebabkan dampak yang lebih meluas bagi perekonomian nasional.

### **Saran**

1. Sebaiknya dalam merumuskan kebijakan pemerintah harus melibatkan masyarakat dan *stakeholder* agar dapat melihat tingkat kesetujuan dari masyarakat dan masyarakat dapat menyampaikan aspirasi mereka.
2. Pemerintah harus lebih memperhatikan fasilitas pasar, misalnya saluran air yang berfungsi baik, sarana air bersih, keamanan dan prasarana lain. Para pedagang mengeluhkan ketersediaan air di pasar.
3. Pentingnya pengelola melakukan pendekatan persuasif kepada para pedagang agar mereka dapat merubah kebiasaan yang dilakukan sewaktu berada di pasar lama seperti kurang merawat fasilitas yang diberikan oleh pihak pengelola dan sebagainya.
4. Pemerintah perlu mencari solusi agar pasar tetap ramai dikunjungi pembeli bukan hanya pada hari minggu saja, tetapi setiap hari karena banyak pedagang yang meninggalkan losnya masing- masing sebab mengalami kerugian.

5. Pemerintah sebagai pengambil keputusan harus tegas dalam menjalankan suatu kebijakan seperti relokasi pasar, pedagang yang masih berdagang di pasar lama harus diarahkan ke pasar yang baru.
6. Pemerintah perlu menyediakan kendaraan gratis bagi masyarakat, setidaknya kendaraan gratis dalam kota sebagai transportasi menuju pasar apabila dana pemerintah memungkinkan.
7. Pemerintah perlu membuka lagi los baru bagi pedagang agar pedagang dari luar yang akan berjualan nanti tidak harus berjualan di pinggir jalan. Pemerintah harus tegas dalam menyikapi pedagang yang berjualan di pinggir jalan pasar Baru Bobou karena selain akan menyebabkan pasar terlihat romol, juga akan menyebabkan kemacetan.

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMSI  
MASYARAKAT DI KECAMATAN ENDE TENGAH KABUPATEN ENDE-Sry Dewi**

Yanti, Yustina Paulina Penu, Baltasar Taruma Djata

**DAFTAR PUSTAKA**

- Danisworo, M., & Martokusumo, W. (2000). Revitalisasi Kawasan Kota Sebuah Catatan dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota. *Diakses dari <http://www.Urdi.Org> (Urban And Reginal Development Institute. 2000. Diunduh tanggal 22 November 2015).*
- Dunn, W. N. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik, 2000*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Koentjaraningrat. (2008). *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mulianto, D., Mulyadi, A., & Siregar, Y. I. (2013). Persepsi Sikap Pedagang dan Masyarakat Mengenai Kondisi Lingkungan Pasar terhadap Revitalisasi Pasar Dupa Kencana Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 7(1), 15-27.
- Musthofa, Z. (2011). Evaluasi Pelaksanaan Program Relokasi Permukiman Kumuh (Studi Kasus: Program Relokasi Permukiman Di Kelurahan Pucangsawit Kecamatan Jebres Kota Surakarta).
- Noor, J. (2012). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi Karya Ilmiah: Cetakan Kedua*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Parsons, W., & Santoso, T. W. B. (2011). *Public policy: pengantar teori dan praktik analisis kebijakan: -*.
- Sari, R. K. (2014). *Sistem Penentuan Daerah Relokasi Pemukiman Masyarakat di Kota Banda Aceh Berbasis Sistem Informasi Geografis*.
- Setyaningsih, A., & Susilo, Y. (2014). Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pasar Satwa Kasus Pasar Satwa Dan Tanaman Hias Yogyakarta (Pasty). *Universitas Atma Jaya Yogyakarta: Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Sudarmo, S. (2005). *Teknologi Tepat Guna PESTISIDA NABATI, Pembuatan dan Pemanfaatannya*: Kanisius.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syani, A. (2012). *Sosiologi skematika, teori, dan terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tarigan, R. (2005). *Perencanaan Pembangunan Wilayah*, Jakarta. *Bumi Aksara*.
- Uma, S. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.