

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan perekonomian sebagian besar dipusatkan pada wilayah perkotaan. Wilayah perkotaan dianggap sebagai pusat perekonomian sehingga menjadi salah satu daya tarik masyarakat desa untuk merantau ke kota (Afiati, 2020). UU No 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah, “bahwa penyelenggaraan pemerintah daerah bertujuan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, dan kekhasan suatu daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI)”.

Kota Padang sebagai wilayah ibu kota provinsi menyebabkan masyarakat Kota Padang maupun dari luar Kota Padang menjadikan Kota Padang sebagai daya tarik tersendiri di bidang perekonomian, dikarenakan Kota Padang memiliki tempat-tempat pariwisata yang strategis seperti pantai-pantai yang selalu ramai oleh para pengunjung. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk mendukung roda perekonomian negara (Polii & Londa, 2022). Hal ini tentu dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mencari nafkah, terutama para pedagang.

Pedagang adalah pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk mendapat untung (Dwi, 2012). Pedagang ini juga banyak macamnya, seperti; Pedagang kaki lima adalah individu atau kelompok yang menjalankan bisnis

perdagangan dengan menggunakan fasilitas umum seperti trotoar. Pedagang kaki lima ini biasanya mencari tempat strategis untuk berjualan. Kegiatan pedagang kaki lima ini biasanya menempati ruang-ruang publik (trotoar, taman, pinggir badan jalan, kawasan tepi sungai, di atas saluran drainase) yang mengakibatkan ruang publik tersebut tidak dapat dimanfaatkan oleh penggunanya dengan baik sesuai fungsinya (Totok Mardikanto, 2016). Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa sejumlah pedagang di Pantai Padang berjualan dengan menempati trotoar dan taman jalan. Hal ini tentu menimbulkan permasalahan yang melibatkan masyarakat, seperti rusaknya taman-taman yang ditempati pedagang untuk berjualan dan yang paling parah dapat menyebabkan kemacetan panjang, ini tentu menciptakan permasalahan dalam masyarakat. Kemudian ada juga pedagang asongan yang merupakan pekerjaan yang menjual barang dagangannya dengan cara menyodor dan menawarkan langsung pada calon pembeli (Renaldi et al., 2020).

Masalah mengenai pedagang di Indonesia tampaknya tidak kunjung selesai (Nurlela & Tahir, 2018). Permasalahan ini terus muncul setiap waktu di berbagai daerah di Indonesia, dan sampai saat ini belum tampak solusi permasalahannya. Lokasi berdagang yang tidak sesuai kerap menimbulkan permasalahan terkait kenyamanan pengguna jalan dan juga kebersihan, karena banyak pedagang yang memakai ruang publik. Lokasi berdagang yang sembarangan juga mengakibatkan kemacetan, merusak tata ruang hijau yang telah dibuat, dan membuat kawasan menjadi kumuh. Sehingga aparat pemerintah melakukan relokasi pedagang yang menggunakan trotoar sebagai lapak berjualannya. Permasalahan mengenai pedagang saat ini juga terjadi di Kota Padang, tepatnya di sepanjang pantai Purus Kota Padang,

Sebelum direlokasi, sepanjang Pantai Purus Kota Padang ditemukan pedagang berjualan tepat di tepi pantai, berdasarkan keterangan pedagang, total keseluruhan pedagang sebelum relokasi ini ada 52 pedagang. Pedagang berjualan menggunakan gerobak disertai meja-meja dan kursi-kursi yang digunakan sebagai tempat bersantai pengunjung sambil menikmati makanan dan minuman yang di jual oleh pedagang. Beberapa jenis dagangan yang ada di sepanjang Pantai Purus ini yaitu makanan dan minuman, dan juga mainan anak. Makanan yang ditawarkan pedagang beraneka ragam, seperti : kerupuk mie, pop mie, langkitang, pensi, mie rebus, mie goreng, nasi goreng, mie nasi goreng, dan beberapa makanan ringan lainnya, sedangkan minumannya seperti ; pop ice, minuman bersoda, teh es, air mineral botol, beraneka jus, dan beberapa minuman lainnya. Pedagang juga menyediakan jasa parkir untuk memudahkan para pengunjung agar nyaman bersantai tanpa memikirkan keamanan kendaraannya, tetapi jika pembeli parkir di suatu lokasi salah satu pedagang di pantai padang, pembeli juga harus berbelanja di tempat parkir tersebut, tidak boleh berbelanja di tempat lain. Namun dari sekian hal yang ditawarkan oleh pedagang Pantai Padang ini, ternyata ada keluhan yang didengar dari pengunjung yang merasa tidak nyaman dengan Pantai Padang.

Sebelum relokasi, di kawasan Pantai Padang dapat dilihat sampah yang berserakan yang membuat pemandangan menjadi tidak lagi indah. Kemudian, taman jalan yang sudah tidak hijau lagi karena dijadikan oleh para pedagang sebagai tempat menaruh jualan mereka, ditambah lagi permasalahan khusus yang telah membuat masyarakat dan wisatawan tidak ingin lagi berkunjung ke Pantai Padang seperti harga makanan yang tidak masuk akal, permasalahan parkir, dan juga pengamen yang tiada

habisnya. Berdasarkan hasil observasi awal, pedagang Pantai Padang ini memberi harga yang sangat tidak wajar. Seperti kerupuk mie yang dijual 8.000, pop ice yang dijual 10.000, martabak mie yang dijual 18.000, langkitang dan pensi yang dijual 10.000, mie rebus yang dijual 15.000, dan masih banyak lagi. Padahal pada kenyataannya kita temui di luar sana harga makanan tersebut tidak semahal itu. Bahkan beberapa pedagang Pantai Padang ada juga yang menjual dengan harga yang lebih tidak wajar dari pada itu. Kemudian permasalahan terkait parkir, masyarakat atau wisatawan yang ingin hanya sekedar duduk untuk singgah sebentar, tidak diperbolehkan parkir jika tidak memesan makanan dan minuman. Padahal tidak semua orang yang pergi ke pantai ingin berbelanja, karna terkadang masyarakat atau wisatawan pergi ke pantai hanya untuk menikmati keindahan pantai. Kemudian juga pengamen yang bergantian mendatangi tempat duduk pengunjung. Mereka tidak akan pergi sebelum diberi uang. Hal ini tentu membuat masyarakat dan wisatawan risih dan tidak ingin lagi berkunjung ke kawasan Pantai Padang. Hal ini tentunya karena mempertimbangkan harga makanan yang tidak masuk akal, tempat parkir yang mengharuskan belanja, dan pengamen yang terkesan memaksa meminta uang para pengunjung.

Karena permasalahan yang demikian, Pemerintah Kota Padang melarang pedagang berjualan lagi di kawasan Pantai Padang, demi kenyamanan pengunjung, keindahan, serta kebersihan. Namun hal tersebut ditolak oleh pedagang Pantai Padang, penolakan ini disalurkan dalam bentuk aksi demo pada 21 September 2023. Aksi demo ini menyebabkan sebagian jalan di Pantai Padang tidak dapat dilewati, tepatnya di depan Cimpago Café. Akses jalan ditutup sehingga para pengendara

mobil dan motor terpaksa putar arah mencari jalan lain. Berdasarkan keterangan salah satu pedagang, demonstran didominasi oleh pedagang wanita. Pedagang melontarkan kata-kata kasar sambil berteriak, bahkan ada juga beberapa pedagang wanita mencoret-coret wajahnya dengan tinta merah sambil membawa papan yang bertuliskan penolakan terhadap keputusan pemerintah yang melarang lagi pedagang untuk berjualan di tepi pantai. Beberapa dari pedagang wanita juga melemparkan kain-kain yang sudah di cat warna merah kepada petugas SATPOL-PP yang hadir dalam aksi demo tersebut.

Setelah aksi demo oleh pedagang Pantai Padang, pemerintah mengambil keputusan untuk menetapkan satu lokasi sebagai pusat kuliner Pantai Padang. Hal ini terealisasikan dalam waktu 4 hari. Dalam kurun waktu tersebut, gerobak, meja, dan alat-alat yang digunakan pedagang untuk berjualan sudah dipindahkan oleh pedagang yang juga dibantu oleh pemuda setempat dan SATPOL-PP. Berdasarkan hasil observasi, lokasi pusat kuliner berada di pinggir jembatan Pantai Purus, Kota Padang. Berdasarkan keterangan para pedagang, posisi berdagang ditentukan dengan pencabutan lot. Pada awalnya, pedagang diminta mengumpulkan kartu keluarga, dan pada setelahnya, pedagang ditentukan oleh pemerintah lokasi berjualannya. Ternyata, ada pedagang yang menerima keputusan relokasi, dan ada pedagang yang tidak mau menerima keputusan tersebut, sehingga dari total 52 pedagang, hanya 45 pedagang yang menerima keputusan relokasi tersebut, 7 pedagang lagi memutuskan untuk tidak lagi berdagang pasca relokasi.

Dalam permasalahan ini, pedagang Pantai Padang harus mengambil tindakan yang rasional agar usaha dagangannya bisa tetap dipertahankan, dan tetap

mendapatkan banyak keuntungan, karena menjadi pedagang adalah pekerjaan utama sebagai penyangga hidup bagi mereka, yang jika mereka tidak berdagang, mereka tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Pedagang harus berfikir secara rasional untuk bisa tetap meraih keuntungan besar dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya. Pedagang harus memilih tindakan yang paling maksimal dalam suatu pemenuhan kebutuhannya, karena setiap pilihan yang diambil memiliki konsekuensinya masing-masing.

1.2 Rumusan Masalah

Pada prinsipnya, pedagang setelah direlokasi akan mengalami penurunan omset, pengurangan atau pergantian barang dagangan, karena biasanya para pedagang membutuhkan waktu lama untuk beradaptasi di lokasi baru, dan menstabilkan pendapatannya. tempat lokasi berdagang yang baru tersembunyi, tidak terlihat dari pinggir jalan. Pedagang juga berjualan secara mengelompok dikarenakan tempat yang sempit, yang masing-masing pedagang hanya diberi tempat sepanjang 2 meter saja, dan saling berdempetan. Ini menyebabkan pedagang terpaksa berteriak saling berebut untuk memanggil pembeli pedagang juga sering bertengkar dikarenakan berebut pembeli yang masuk ini. Namun, ada sejumlah pedagang yang pasca relokasi ini malah mengalami kenaikan omset, ini tentu dengan berbeda dengan prinsip yang ada. Tentunya, pasti ada hal-hal atau usaha dari pedagang agar dagangannya bisa laku terjual. Adanya perbedaan pendapatan pada pedagang Pantai Padang pasca relokasi, tentu menjadi perhatian bagi para pedagang, karena untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, pedagang harus bisa melariskan dagangannya, pedagang harus

mendapatkan banyak pembeli. Berdasarkan keterangan sejumlah pedagang di Pantai Purus Padang ini, profesi mereka sebagai pedagang adalah mata pencaharian satu-satunya mereka, sehingga jika dagangannya tidak laku, maka pedagang tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Dari permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang : **“Bagaimana Upaya Pedagang Untuk Dapat Meningkatkan Omset Pasca Relokasi di Pantai Padang?”**.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Tujuan Umum

Mendeskripsikan upaya pedagang untuk menaikkan omset pasca relokasi di Pantai Padang

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mendeskripsikan kondisi pedagang sebelum relokasi di Pantai Padang
2. Mendeskripsikan kondisi pedagang pada saat proses relokasi di Pantai Padang.
3. Mendeskripsikan kondisi pedagang pasca relokasi di Pantai Padang
4. Mendeskripsikan upaya pedagang untuk menaikkan omset pasca relokasi

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Akademik

Sebagai bahan kajian menambah khasanah dalam pengembangan bidang ilmu dalam bidang sosiologi ekonomi secara umum.

1.4.2 Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan tambahan atau masukan bagi peneliti selanjutnya khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti yang lebih lanjut dan lebih mendalam lagi.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Pedagang

1. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan, Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaan yang sehari-hari (Frida, 2015). Pedagang adalah orang atau instansi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam ekonomi, pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan dapat dibedakan menjadi : pedagang distributor (tunggal), pedagang partai besar, dan pedagang eceran (Buchari, 2017).

Pedagang adalah orang atau badan yang melakukan aktivitas jual beli barang atau jasa dipasar (Solikhah and Puji, 2020). Pedagang adalah pekerjaan dengan menggunakan fasilitas umum seperti trotoar. Kemudian ada juga pedagang asongan yang merupakan pekerjaan yang menjual barang dagangannya dengan cara menyodor dan menawarkan langsung pada calon pembeli (Renaldi et al., 2020).

Pedagang juga bisa dikatakan sebagai orang yang melakukan kegiatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari, yakni kegiatan pembelian barang untuk

dijual lagi. Seorang pedagang memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan. (Nurlela et al., 2018).

Pada penelitian ini lebih fokus kepada kaki lima yang ada di Pantai Padang. PKL adalah pelaku usaha yang melakukan usaha perdagangan dengan menggunakan sarana usaha bergerak maupun tidak bergerak, menggunakan prasarana kota, fasilitas sosial, fasilitas umum, lahan dan bangunan milik pemerintah dan/atau swasta yang bersifat sementara/tidak menetap.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa, Pedagang adalah orang atau instansi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut pandangan sosiologi ekonomi menurut Drs. Damsar, MA membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga.

2. Jenis-Jenis Pedagang

Pedagang ialah lembaga pemasaran yang ikut memiliki barang yang diperjual belikan. Dalam sosiologi ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungan ekonomi keluarga sebagai berikut:

1. Pedagang profesional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.

2. Pedagang semi professional adalah pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.
3. Pedagang Subsistensi yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas subsistensi untuk memenuhi ekonomi keluarga. Pada daerah pertanian, pedagang ini adalah seorang petani yang menjual produk pertanian ke pasar desa atau kecamatan.
4. Pedagang Semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau untuk mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak diharapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh pendapatan, malahan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

Pedagang dalam penelitian ini termasuk kedalam jenis pedagang profesional, ini dikarenakan pedagang Pantai Padang menjadikan aktivitas berdagang sebagai mata pencaharian satu-satunya. Bisa dikatakan, jika tidak berjualan, pedagang tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan keadaan seperti ini, rasionalitasnya, mau tidak mau pedagang harus ikut untuk direlokasi, karena jika tidak, pedagang terpaksa berhenti sebagai pedagang di daerah Pantai Padang.

1.5.2 Konsep Perilaku Pedagang

Perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari

luar maupun dari dalam dirinya. Perilaku berarti kelakuan, perbuatan, sikap, tingkah, dan pedagang adalah seseorang yang menjual, mengganti, dan menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Pengertian perilaku pedagang tersusun dari dua kata, yaitu kata perilaku dan pedagang. Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri manusia. Perilaku manusia sederhananya di dorong oleh motif tertentu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan (Notoatmodjo, 2019).

Pengertian perilaku pedagang tersusun dari dua kata, yaitu kata perilaku dan pedagang. Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri manusia.

Beberapa perilaku pedagang menurut para ahli (Anshori, 2020) :

1. Menurut Ensiklopedi Amerika, perilaku diartikan sebagai suatu aksi dan reaksi organisme terhadap lingkungannya, hal ini berarti bahwa perilaku baru akan terwujud bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan tanggapan yang disebut rangsangan, dengan demikian maka suatu rangsangan tertentu akan menghasilkan perilaku tertentu pula.
2. Menurut Heri Purwanto, perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek tersebut.
3. Menurut Chief, Bogardus, Lapierre, Mead dan Gordon Allport, menurut kelompok pemikiran ini sikap merupakan semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara-cara tertentu. Dapat dikatakan bahwa kesiapan yang dimaksudkan merupakan kecenderungan yang potensial untuk bereaksi dengan cara tertentu apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya respon.

4. Menurut Louis Thurstone, Rensis Likert dan Charles Osgood, menurut mereka perilaku adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Berarti sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak pada objek tersebut.
5. Skinner, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan dari luar. Skinner membedakan perilaku tersebut menjadi dua jenis proses yang diantaranya ialah Respondent Respon atau Reflexive, Stimulus semacam ini disebut electing stimulatton karena menimbulkan respon-respon yang relatif tetap. Sedangkan proses yang kedua ialah Operant Respon atau Instrumental Respon, yakni respon yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimulus atau perangsang tertentu. Perangsang ini disebut reinforcing stimulus atau reinforce karena dapat memperkuat respon yakni respon yang ditimbulkan oleh rangsangan rangsangan (stimulus) tertentu.

Dalam kehidupan sehari-hari, perilaku dapat dikatakan sama dengan tingkah laku. Dari pengertian perilaku menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa perilaku adalah suatu tingkah laku yang disertai kecenderungan untuk bertindak terhadap suatu objek dan bereaksi dengan cara tertentu apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya respon. Dalam berdagang, penjual dan pembeli sama-sama mempunyai kepentingan. Pedagang memiliki tanggung jawab terhadap kepentingan dan kenyamanan pembeli. Untuk itu diperlukannya aturan dan nilai yang diperhatikan dalam perilaku pedagang. Yang dimaksud perilaku dalam penelitian ini adalah semua tingkah laku pedagang yang dalam menjalankan aktivitas berdagang.

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan .

Perilaku pedagang harus menghasilkan hal-hal yang memuaskan kebutuhan dan pembeli dengan melalui proses pertukaran. Proses ini melibatkan kerja, penjual harus mencari pembeli, mengetahui dan memenuhi kebutuhan pembeli, dan dapat mempromosikan dagangannya, dan juga melakukan negosiasi. Kegiatan ini dilakukan untuk memperoleh pembeli yang agar dapat meraih keuntungan.

Dari beberapa definisi tersebut, juga dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang. Banyaknya perilaku pedagang, mengakibatkan juga banyaknya tanggapan tentang apa yang terjadi. Perilaku pedagang juga akan mempengaruhi harga yang ada pada pasar, terkait dengan apa yang telah disajikan oleh pemerintah atau isu yang telah berkembang. Semisal, tanggapan pedagang biasanya akan bereaksi apabila adanya isu tentang kenaikan premium yang sebelumnya hanya isu berkembang. Adanya isu tersebut, mengakibatkan reaksi terhadap pedagang untuk langsung menaikkan harga barang dagangannya. Hal tersebutlah yang dinamakan reaksi pedagang dalam mengambil keputusan, dan hal tersebutlah yang dinamakan adanya reaksi atau perilaku pedagang.

1.5.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang

1. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri individu, biasanya merupakan pengaruh yang berasal dari lingkungan sekitar. Lingkungan menjadi salah satu hal yang berpengaruh dalam perilaku manusia, karena pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial dan dalam proses interaksi sosialnya pasti akan melibatkan lingkungan. Faktor eksternal yang memengaruhi perilaku manusia diantaranya adalah:

- 1) Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu yang mendorong dan mempengaruhi seseorang. Faktor lingkungan, yakni semua hal yang ada di sekitar individu, bisa berupa fisik, biologis ataupun sosial.
- 2) Pendidikan, mencakup seluruh proses kehidupan individu mulai dari bayi sampai meninggal, berupa interaksi formal ataupun informal antara individu dengan lingkungannya dan prosesnya melibatkan masalah perilaku individu maupun kelompok.
- 3) Agama, merupakan tempat untuk menemukan arti hidup yang terakhir. Agama masuk dalam pribadi individu sebagai suatu
- 4) Persaingan adalah usaha-usaha dari dua pihak atau lebih yang masing-masing berniat memperoleh jualan dengan menawarkan hal yang paling menguntungkan dalam persaingan. Keyakinan akan memengaruhi dalam cara berfikir, bersikap, bereaksi, serta dalam hal berperilaku.

- 5) Sosial ekonomi, salah satu lingkungan yang berpengaruh terhadap perilaku seseorang adalah lingkungan sosial. Lingkungan sosial bisa menyangkut sosial budaya dan sosial ekonomi.
- 6) Kebudayaan, merupakan luapan jiwa yang terbentuk dalam gaya hidup, cara berpikir, pergaulan, seni kesusastraan, agama, rekreasi serta hiburan.

2. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang muncul dari diri individu itu sendiri dikarenakan adanya perbedaan keturunan atau genetis dari tiap-tiap individu. Karena adanya perbedaan keturunan inilah setiap individu akan memiliki perilaku yang berbeda-beda. Faktor genetik yang berasal dari dalam diri individu diantaranya: Individu adalah manusia yang berdiri sendiri dan bersifat bebas. Setiap individu mempunyai ciri khas yang tentu berbeda dengan individu yang lain. Seperti keinginan, pemikiran, dan kepuasan.

- 1) Jenis ras, perilaku dari tiap-tiap ras di dunia jelas berbeda satu sama lain.
- 2) Jenis kelamin, pria dan wanita memiliki perilaku yang berbeda. Tidak hanya pada segi penampilannya saja namun juga dalam hal pola pikir mereka. Pria memiliki perilaku yang didasarkan akal, sedangkan wanita secara emosional.
- 3) Sifat fisik, misalnya perilaku individu yang gemuk biasanya berbeda dengan individu yang kurus.
- 4) Sifat kepribadian, yaitu pola pikir, perasaan serta perilaku dalam usaha adaptasi pada lingkungan. Masyarakat memaknainya sebagai cara seorang individu untuk meninggalkan kesan bagi individu lain

- 5) Bakat pembawaan, yakni interaksi antara faktor genetik, lingkungan serta kesempatan untuk pengembangan.
- 6) Intelegensi, yakni kemampuan untuk mengambil keputusan dengan cepat dan tepat.

1.5.4 Konsep Relokasi Pedagang

1. Pengertian Relokasi Pedagang

Kata relokasi berasal dari bahasa Inggris yaitu relocation, re artinya kembali dan location atau located yang berarti tempat atau lokasi. Secara sederhana relokasi berarti suatu rencana yang dilakukan dalam pemindahan dari satu tempat ke tempat yang lainnya. Konsep relokasi timbul karena terdapat antara keinginan pihak pemerintah yang telah dikelola sedemikian baiknya di suatu lokasi dimana lokasi tersebut diliat kurang memadai dan kenyataan pasar dalam masyarakat yang telah terbentuk sedemikian rupa pada suatu tempat, dimana tempat tersebut justru di pandang kurang tepat sehingga dilaksanakan relokasi. Relokasi yang dilakukan terhadap pasar agar dapat timbul pasar yang terorganisasi. Pasar terorganisasi merupakan suatu proses dimana adanya para pihak terkait yang melakukan kesepakatan bersama, baik secara langsung maupun tidak dan menciptakan pasar yang disertai dengan suatu keputusan.

Relokasi dapat diartikan sebagai penataan ulang tempat yang baru dengan dengan cara memindahkannya dari tempat lama ketempat yang baru (Ridlo, 2016). Relokasi merupakan salah satu rangkaian kebijakan pemerintah daerah yang berupa Revitalisasi, yakni suatu proses untuk kembali membangkitkan suatu hal yang sebelumnya kurang terberdaya (Kansil, 2008). Relokasi adalah membangun kembali

tempat yang baru, harta kekayaan, termasuk tanah produktif dan prasarana umum di lokasi atau lahan lain. Menurut Kasmir (2017) "Lokasi adalah tempat melayani konsumen dan sebagai tempat untuk memasarkan barang dagangan, sehingga konsumen dapat melihat langsung dan memudahkan dalam memilih atau bertransaksi terhadap produk yang ditawarkan".

Relokasi merupakan kebijakan pemerintah daerah yang memiliki tiga perspektif penting, yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan yang bertujuan untuk mengentaskan kemiskinan, mengurangi ketimpangan mencapai kesehatan dan kesejahteraan yang baik, pendidikan yang berkualitas, mengakhiri kelaparan, kesetaraan gender, energi bersih dan terjangkau, akses air bersih dan sanitasi, pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi, mencapai konsumsi yang bertanggung jawab, infrastruktur dan inovasi industri, memitigasi perubahan iklim, membangun kota dan komunitas yang berkelanjutan, melindungi ekosistem laut, melindungi ekosistem darat. Selain itu, perdamaian, keadilan, dan institusi yang kuat, serta kemitraan untuk mencapai tujuan (Tambunan, 2020).

Relokasi adalah salah satu kebijakan pemerintah dalam bidang perencanaan tata ruang, peningkatan kesejahteraan ekonomi sosial, dan lain-lain. Pemerintah daerah mempunyai hak untuk melakukan relokasi pada sektor-sektor yang dikuasai oleh pemerintah daerah seperti pasar yang termasuk dalam fasilitas umum (Totok Mardikanto, 2016). Menurut KBBI relokasi yaitu pemindahan tempat. Cenderung didefinisikan relokasi merupakan pemindahan dari satu tempat ke tempat lain akibat peristiwa bencana atau disebabkan tempat tersebut kurang layak dan harus dipindahkan. Tujuan relokasi adalah adanya renovasi atau revitalisasi. Relokasi

disebut penataan tempat baru atau pemindahan dari tempat lama ke tempat yang baru. Adanya relokasi menjadikan dibangunnya tempat yang baru, harta kekayaan, termasuk tanah produktif dan fasilitas umum di lokasi baru. Serta adanya objek atau subjek yang terjerat pajak didalam perencanaan dan pembangunan lokasi (Zulfikar., 2016).

Secara harfiah relokasi adalah penataan ulang dengan tempat yang baru atau pemindahan dari tempat lama ke tempat yang baru. Dapat diartikan bahwa relokasi adalah pemindahan tempat dari suatu tempat ke tempat yang baru karena suatu bencana alam atau memang tempat tersebut kurang layak dan harus direlokasi. Tujuan relokasi yaitu karena adanya renovasi atau perbaikan atau revitalisasi. Relokasi adalah pemindahan lokasi industri dari suatu negara maju ke negara berkembang atau dari negara atau negara lain untuk mendekati bahan baku dan menghasilkan jenis barang yang mampu bersaing di pasar internasional. Menurut kamus besar bahasa indonesia relokasi merupakan pemindahan tempat rencana industri pada suatu daerah segera diwujudkan.

Secara sederhana dapat kita simpulkan bahwa relokasi adalah pemindahan sesuatu dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Namun dalam penerapannya relokasi mencakup berbagai bidang termasuk tata ruang, dinamika sosial ekonomi maupun adaptasi pada hal baru. Lokasi dan kualitas tempat relokasi baru merupakan faktor penting dalam perencanaan pemindahan lokasi, karena sangat menentukan hal-hal seperti kemudahan menuju ke lahan usaha, jaringan sosial, pekerjaan, bidang usaha, kredit dan peluang pasar. Setiap lokasi mempunyai keterbatasan dan peluang masing-masing. Memilih lokasi yang sama baik dengan kawasan yang dahulu dari segi

karakteristik lingkungan, sosial, budaya dan ekonomi akan lebih memungkinkan dan pemulihan pendapatan bersih.

Relokasi merupakan salah satu kegiatan dalam kebijakan pemerintah yang mencakup bidang perencanaan tata ruang, peningkatan kesejahteraan ekonomi, sosial, dan lain-lain. Sehingga pemerintah khususnya pemerintah daerah memiliki hak melakukan relokasi pada sektor-sektor yang dikuasai pemerintah daerah termasuk fasilitas umum seperti pasar. Permasalahan umum pada implementasi kebijakan relokasi pasar yaitu kurang efektifnya tempat relokasi yang biasanya telah disiapkan oleh pemerintah seringkali dinilai kurang strategis oleh para pedagang sehingga berdampak pada penurunan pendapatan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa yang dikatakan dengan relokasi pedagang adalah suatu bentuk tindakan pemindahan pedagang dari suatu lokasi ke lokasi yang lain, dengan tujuan untuk hal-hal yang lebih baik lagi dibandingkan dengan tempat sebelum pedagang direlokasi.

2. Tujuan Relokasi Pedagang

Menurut Chris De Wet, tujuan dari relokasi adalah agar kondisi masyarakat setelah direlokasi menjadi lebih baik dari kondisi sebelum terjadi relokasi (Ismail, 2018). Kondisi yang lebih baik tersebut meliputi:

- a. Tingkat pendapatan, keberagaman sumber pendapatan
- b. Status dan jaminan di lokasi yang baru
- c. Akses terhadap pelayanan infrastruktur dasar (Wet, 2002).

Menurut Totok (2016) tujuan relokasi adalah :

1. Relokasi bertujuan untuk menciptakan rasa aman dan nyaman bagi para pedagang dan pembeli.
2. Meningkatkan kualitas dari segi fasilitas, kenyamanan, dan tingkat pelayanan di pasar. Sehingga bermanfaat bagi para pedagang, pembeli, dan pengguna pasar.
3. Meningkatkan kinerja dalam hal profesionalisme pengelolaan, kualitas dan kuantitas serta keberagaman komoditi yang tersedia dan kondisi fisik yang aman, nyaman, dan tertib

Menurut Kansil (2008) tujuan relokasi adalah :

- a. Memberdayakan pengusaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pasar tradisional pada umumnya, agar mampu berkembang, bersaing, tangguh, maju, mandiri dan dapat meningkatkan kesejahteraannya
- 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 perlindungan kepada usaha mikro,kecil,menengah, dan koperasi serta pasar tradisional.

Berdasarkan dari penjelasan diatas, bahwasannya relokasi memiliki tujuan supaya para pedagang bisa mengembangkan usaha mereka, meningkatkan kesejahteraan para pedagang, dan yang terpenting tujuan relokasi adalah supaya para pembeli merasa nyaman, aman berada dipasar pada saat berbelanja.

Menurut uraian diatas, tujuan dari dilaksanakannya relokasi menurut Chris De wet adalah agar terjadinya peningkatan pendapatan pedagang serta bertambahnya jenis usaha baru. Selain itu adanya jaminan status menjadi pedagang legal dan lengkapnya infrastruktur dasar juga menjadi tujuan dari adanya relokasi. Relokasi ini tentu mempertimbangkan beberapa faktor seperti faktor lokasi, apakah lokasi yang menjadi lokasi baru tersebut strategis, mudah dijangkau, tersedia sarana dan prasarana pendukung, cukup menarik, dan bisa menghidupkan ekonomi atau pendapatan para pedagang. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, sehingga tujuan relokasi untuk mendapatkan kondisi lebih baik setelah direlokasi seharusnya dapat tercapai.

Berdasarkan aian diatas, tujuan dari dilaksanakannya relokasi adalah agar usaha para pedagang bisa berkembang sehingga hal ini otomatis akan meningkatkan kesejahteraan para pedagang. Tujuan lain pelakasanaan relokasi dari segi pembeli adalah agar pembeli dapat merasa nyaman saat belanja.

3. Indikator Relokasi

Lokasi dan kualitas tempat relokasi baru menjadi faktor penting dalam perencanaan relokasi, karena sangat berpengaruh terhadap kemudahan menuju ke lahan usaha, jaringan sosial, pekerjaan, bidang usaha, kredit dan peluang pasar.

Menentukan lokasi yang lebih baik dengan lokasi sebelumnya dari karakteristik lingkungan, sosial, budaya dan ekonomi akan lebih mempercepat dalam pemulihan pendapatan bersih. Penempatan lokasi berdagang di tempat yang strategis juga mempengaruhi perkembangan dan eksistensi perdagangan kedepannya. Berikut indikator lokasi relokasi menurut (Tjiptono, 2019) yaitu :

- a. Akses, lokasi yang mudah dilalui dan mudah dijangkau.

Aksesibilitas suatu lokasi adalah suatu kemudahan bagi konsumen untuk datang atau masuk dan keluar dari lokasi tersebut. Analisis ini memiliki dua tahap yaitu pertama analisis makro yang mempertimbangkan area perdagangan primer, seperti area dua hingga tiga mil di sekitar lokasi tersebut dalam kasus sebuah supermarket atau toko obat. Kedua analisis mikro yang berkonsentrasi pada masalahmasalah sekitar lokasi seperti visibilitas, arus lalu lintas, parkir, keramaian, dan jalan masuk atau jalan keluar.

- b. Visibilitas, lokasi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
- d. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.

4. Dampak Relokasi

Relokasi secara umum dimaknai sebagai pemindahan tempat dari segi ruang geografisnya saja. Sedangkan kenyataannya relokasi tidak hanya soal pemindahan tempat secara letaknya saja, namun juga menyangkut tentang beragam konsep ruang seperti ruang ekonomi, sosial, lingkungan hidup bahkan hingga ke ruang budaya.

Setiap lokasi pasti memiliki kelebihan serta kekurangannya masing-masing. Maka demi keberhasilan relokasi dan pemulihan pendapatan melakukan pemilihan lokasi yang karakteristik lingkungan sosial, budaya, serta ekonominya tidak jauh berbeda dengan lokasi sebelumnya.

Istilah dampak relokasi intinya menjelaskan ada keterkaitan sebab-akibat, di mana relokasi menjadi sebab dan akan berdampak pada objeknya. Pola relokasi sendiri bermuara pada adanya usaha memindahkan masyarakat yang ada pada satu tempat ke tempat lain. Proses relokasi ini memiliki dampak dari aspek sosial, dampak ekonomi maupun dampak ekonomi, lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut Totok (2016) :

1) Dampak Aspek Sosial

Dampak sosial adalah konsekuensi sosial terhadap adanya suatu kegiatan pembangunan maupun suatu penerapan kebijakan atau program dan merupakan perubahan yang terjadi pada masyarakat yang diakibatkan aktifitas pembangunan. Pada umumnya, dampak sosial yang terjadi setelah relokasi antara lain: Adanya perubahan langganan, Bergantinya pembeli tetap atau langganan yang biasanya membeli di suatu pedagang tetapi setelah direlokasi, menjadi pembeli langganan ke pedagang lain. Kondisi ini tentu menjadi beban tersendiri bagi masyarakat yang direlokasi. Kemungkinan gejolak sosial antara pemerintah dengan masyarakat akan terjadi dan bahkan menjadi konflik berkepanjangan

2) Dampak Lingkungan

- a. Relokasi tidak menunjukkan pada tingkat kemacetan yang meresahkan karena telah tersedia petugas parker untuk mengatur lalu lintas kendaraan yang keluar

masuk pasar. Namun, seiring berjalannya waktu penduduk kota semakin meningkat, maka semakin bertambahnya penduduk disuatu kota maka menunjukkan tingkat kemacetan di kota tersebut meningkat atau bertambah padat. Oleh karena itu, lahan parkir yang tersedia tersebut maka akan berpengaruh dampak pada sempitnya lahan parkir.

- b. Pengelolaan Sampah Pada umumnya memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan disekitar. Hal ini disebabkan karena volume dan jumlah sampah yang dihasilkan cukup besar sehingga pembuangan sampah sangat tinggi.

3) Dampak ekonomi

Dampak Ekonomi Terhadap Pedagang Relokasi memberikan perubahan lingkungan oleh suatu kegiatan. Lingkungan tersebut dapat mencakup lingkungan fisik maupun non-fisik. Adapun lingkungan fisik adalah lingkungan yang meliputi aspek fisik yaitu lahan atau alam sedangkan lingkungan non fisik adalah lingkungan yang tidak bersifat fisik yaitu lingkungan sosial-budaya, ekonomi, dan lainnya. Dampak ekonomi dalam pembahasan ini ialah relokasi atau perubahan lingkungan ekonomi yang terjadi oleh satu kegiatan yaitu relokasi.

Adanya kebijakan relokasi yang dilakukan tidak dengan jangkauan perencanaan yang matang akan berdampak terhadap meningkatnya pengangguran, banyak masyarakat bekerja atau beaktivitas di tempat sebelum relokasi akan kehilangan mata pencaharian. Oleh Sebab itu, tidak jarang masyarakat yang mengalami dan mendapat imbas dari kebijakan relokasi yang ikut merasakan kehilangan pekerjaan. Hal ini dapat berdampak pada aspek perekonomian kemudian berlanjut kepada masyarakat yang sulit dalam meningkatkan kualitas ekonominya. Idealnya Pemerintah harus

membuat pertimbangan yang matang untuk melakukan relokasi, mencari berbagai solusi terbaik bagi masyarakat relokasi, hal ini untuk mencegah dampak negatif yang timbul bagi masyarakat. Dampak relokasi terhadap keadaan ekonomi masyarakat ialah salah satu aspek penting yang harus diperhatikan pemerintah yang berkedudukan sebagai pembuat kebijakan relokasi. Sebab, di dalam banyak penelitian, seperti (Zulkifli, 2019), menemukan bahwa kehidupan ekonomi masyarakat yang ada di pesisir sebelum relokasi rata-rata bertumpu pada kerja sebagai nelayan dan hanya sebagian kecil yang hidup sebagai petani. Sementara itu, Pasca relokasi kehidupan masyarakat mengalami penurunan, khususnya dalam aspek lapangan kerja

Dampak positif dan negatif dari relokasi bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dalam menilai lokasi yang akan ditempati. Hal yang bersifat positif diantaranya:

- a. Membuka lowongan pekerjaan
- b. Alih status menjadi pedagang legal
- c. Kelayakan usaha meningkat

Sedangkan dampak negatifnya yaitu:

- a. Pendapatan menurun
- b. Biaya operasional meningkat.

6. Kendala Relokasi

Kendala relokasi menurut (Tambunan, 2020) adalah :

- a. Rancangan bangunan yang tidak sesuai dan faktor finansial yang terkait dengan tarif sewa ruang, sehingga apabila dilakukan upaya memindahkan maka pertimbangannya adalah rancangan bangunan yang sesuai dan akomodatif, tingkat harga sewa yang memadai.
- b. 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 dagang yang terdahulu.
- d. Menggunakan badan jalan untuk berdagang, dan melakukan kegiatan dengan cara merusak atau mengubah bentuk trotoar, fasilitas umum dan bangunan sekitarnya.
- e. Banyak pedagang yang enggan menempatkan tempat baru karena dianggap tempat tidak strategis dan jauh dari pembeli.

Berdasarkan penjelasan diatas, dalam merelokasi atau memindahkan terdapat beberapa kendala yang terjadi yaitu salah satunya adalah para pedagang enggan dipindahkan ke tempat relokasi, mereka menganggap tempat tidak strategis, kurangnya fasilitas, dan sepi pembeli.

1.5.5 Tinjauan Sosiologis

Untuk menjelaskan permasalahan yang diangkat oleh peneliti, yaitu pilihan rasional pasca relokasi pedagang Pantai Padang, maka peneliti menggunakan teori pilihan rasional yang dianggap relevan untuk mengkaji permasalahan tersebut. Rasional dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata rasio, yaitu pemikiran yang logis, atau sesuai dengan nalar manusia secara umum. Sedangkan

rasional ialah menurut pikiran dan pertimbangan yang logis, menurut pikiran yang sehat, cocok dengan akal (Rejeki, 2016). Jadi bisa kita simpulkan bahwa rasional adalah pemikiran yang logis yang sesuai dengan pertimbangan akal sehat. Jadi, pilihan rasional sendiri adalah pilihan berdasarkan akal sehat sesuai dengan logika masing masing manusia.

Menurut Coleman, sosiologi memusatkan perhatian pada sistem sosial, dimana fenomena makro harus dijelaskan oleh faktor internalnya, khususnya oleh faktor individu. Alasan untuk memusatkan perhatian pada individu dikarenakan intervensi untuk menciptakan perubahan sosial. Sehingga, inti dari perspektif Coleman ialah bahwa teori sosial tidak hanya merupakan latihan akademis, melainkan harus dapat mempengaruhi kehidupan sosial melalui intervensi tersebut. Fenomena pada tingkat mikro selain yang bersifat individual dapat menjadi sasaran perhatian analisisnya. Interaksi antar individu dipandang sebagai akibat dari fenomena yang mengemuka di tingkat sistem, yakni, fenomena yang tidak dimaksudkan atau diprediksi oleh individu (Rejeki, 2016).

Teori pilihan rasional dan Coleman ini terlihat jelas dalam gagasannya bahwa tindakan individu mengarah pada suatu keputusan yang di tentukan oleh preferensi nilai suatu pilihan tersebut. Ada dua unsur utama dalam teori Coleman, yaitu actor dan sumber daya. Coleman menyatakan bahwa diperlukan konsep yang tepat mengenai actor rasional yang berasal dari ilmu ekonomi yang melihat actor pemilih tindakan dapat memaksimalkan kegunaan ataupun keinginan serta kebutuhan mereka. Ada dua unsur utama dalam teori Coleman, yaitu aktor dan juga sumber daya.

Sumber daya adalah suatu potensi, suatu kekayaan. Sumber daya juga ada beberapa macam seperti sumber daya alam, dan sumber daya manusia. Sedangkan aktor adalah pelaku yang melakukan suatu tindakan. Aktor ini memiliki suatu tujuan, suatu pilihan, yang bernilai. Untuk menentukan pilihan itu aktor memerlukan pemikiran yang mendalam.

Buchanan dan Tullock (1962) menyebutkan dua asumsi teori pilihan rasional : (1) individu yang rata-rata lebih tertarik untuk memaksimalkan kegunaan. Hal ini berate prefensi individunya akan mengarah pada pilihan-pilihan yang dapat memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan biaya. (2) hanya individu yang membuat keputusan, bukan kolektif. Hal tersebut dikenakan sebagai metodologis individualisme dan menganggap bahwa keputusan kolektif adalah sgegrasi dari pilihan individu (Kurniawan, 2017).

Tindakan seseorang tentu memiliki alasan tertentu. Begitu pula dengan para pedagang di Pantai Padang, yang tentunya mempunyai pilihan logis untuk mempertahankan dagangannya. Menurut Coleman, dalam teori pilihan rasional menjelaskan bahwa seseorang melakukan suatu tindakan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuannya. Inti dari teori pilihan rasional ini ada 2, yaitu aktor dan sumber dayanya. Dalam permasalahan ini pedagang sebagai aktornya, dan lokasi sebagai sumber dayanya. Secara umum teori pilihan rasional teori pilihan rasional mengasumsikan bahwa tindakan manusia mempunyai maksud dan tujuan yang dibimbing oleh hirarki yang tertata rapi oleh preferensi. Dalam hal ini rasional berarti:

- 1) Aktor melakukan perhitungan dari pemanfaatan atau preferensi dalam pemilihan suatu bentuk tindakan.
- 2) Aktor juga menghitung biaya bagi setiap jalur perilaku.
- 3) Aktor berusaha memaksimalkan pemanfaatan untuk mencapai pilihan tertentu (Kurniawan, 2017).

Pilihan rasional ini muncul ketika kita dihadapkan oleh suatu pilihan, yang mengharuskan kita untuk mengambil pilihan atau tindakan. Pilihan yang kita ambil bisa dikatakan rasional ketika pilihan tersebut maksimal dalam suatu pemenuhan kebutuhan. Pilihan yang di ambil akan memiliki konsekuensinya tersendiri.

1.5.6 Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian ini dapat berbentuk jurnal, buku, dan kertas kerja. Penelitian relevan ini dijadikan sebagai acuan dan rujukan oleh peneliti setelahnya yang memiliki keterkaitan dari banyak sisi seperti judul, permasalahan, serta fenomenanya, dan menjadi sebuah referensi untuk mengangkat suatu topik atau permasalahan yang berhubungan dengan topik selanjutnya yang diangkat. Dari hasil penemuan terhadap hasil penelitian, ditemukan penelitian yang relevan dengan penelitian yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul penelitian	Permasalahan	Tujuan Penelitian	Hasil penelitian
1	Nurlela, Mappamiring, and Tahir, 2018 Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik 4(1): 99. Unismuh Makassar	Strategi relokasi pedagang kaki lima (PKL) di Taman Sulikan Kabupaten Luwu Utara	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemerintah dalam melakukan relokasi pedagang	Membahas tentang sejauh mana strategi pemerintah dalam melakukan relokasi pedagang kaki lima di Taman Sulikan Kabupaten Luwu Utara dan menjadikan Taman Sulikan sebagai Ikon Kota Masamba Kabupaten Luwu Utara.	1. Strategi pemerintah dalam melakukan relokasi pedagang kaki lima yang ada di Kabupaten Luwu Utara yaitu: (1) penyusunan misi, tujuan dan strategi. (2) motivasi yang diberikan pemerintah ini kepada masyarakat sedikit membuat masyarakat tergerak untuk melakukan pembersihan sekitaran area taman dan trotoar yang merupakan area berdagang mereka (3) Kelompok budaya merupakan orang-orang yang memiliki pengaruh penting dalam 79 kebiasaan-kebiasan masyarakat yang dimana merupakan masyarakat dan orang tua-orang tua yang mengetahui sejarah.
2	(Cahaya, 2022) Universitas Negeri Malang	Dampak relokasi pedagang kaki lima terhadap kehidupan	Penelitian ini dilakukan di purwodadi. Kemudian perbedaan lainnya adalah	Mengetahui dampak relokasi pedagang kaki lima terhadap kehidupan sosial ekonomi	1. Dampak positif sosial yaitu interaksi sosial antar pedagang masih terjalin baik serta tersedianya beberapa fasilitas di Pusat Kuliner Purwodadi yaitu kios beserta seisinya dan keamanan yang terjamin di sekitar Pusat Kuliner Purwodadi. Sedangkan dampak negatif sosial yaitu konflik

No	Nama dan Tahun	Judul penelitian	Permasalahan	Tujuan Penelitian	Hasil penelitian
		sosial ekonomi	fokus penelitian. Penelitian ini berfokus pada dampak yang terjadi setelah pedagang di relokasi.		<p>antara pedagang dengan satpam dan kegiatan paguyuban di Pusat Kuliner Purwodadi mengalami vakum.</p> <p>2. Dampak positif ekonomi yaitu sebagian pedagang Pusat Kuliner Purwodadi (pedagang Gudeg Jogja, pedagang Tempe Penyet Rica-rica Nyonyor dan pedagang Siomay Bang Emen) mengalami peningkatan pendapatan dan Omzet dari Rp 1.000.000 per hari sampai Rp 1.200.000 per hari. Sedangkan dampak negatif ekonomi meliputi sebagian pedagang Pusat Kuliner Purwodadi (pedagang Nasi Goreng Surabaya Cak Jun, pedagang Soto Tangkar, pedagang Nasi Pecel, pedagang Sate Ayam Blora, pedagang Seafood Cita Rasa dan pedagang Chicken) mengalami penurunan omzet, minimal Rp 100.000 dan maksimal Rp. 500.000 perhari.</p>
3	(Afiati, 2020) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta	Penataan pedagang kaki lima dan keberadaa n JPM Tanah Abang(stu di atas	Penelitian ini berfokus pada kebijakan pemerintahnya, dalam menata pedagang kawasasn tanah abang.	Mengetahui kebijakan pemerintah dalam menata pedagang kawasan tanah abang	Berdasarkan penjelasan dan analisis yang telah disampaikan, terdapat beberapa fungsi manifes dan fungsi laten penataan PKL di Tanah Abang serta dampaknya yang ditinjau dari aspek sosial dan ekonomi bagi PKL maupun masyarakat umum. Fungsi manifes dari penataan PKL di Tanah Abang antara lain, dapat mengurangi kemacetan jalan karena sebelumnya banyak PKL yang berjualan hingga ke bahu jalan sehingga mengganggu

No	Nama dan Tahun	Judul penelitian	Permasalahan	Tujuan Penelitian	Hasil penelitian
		dampak relokasi pedagang kaki lima di tanah abang).			pengguna jalan. Dari beberapa penilaian dampak positif dan negatif, penataan PKL di Tanah Abang dinilai lebih banyak memberikan dampak positif dibandingkan dampak negatifnya.
4	(Angkasa, 2017) Universitas Andalas	Penertiban terhadap pedagang kaki lima yang berdagang di lokasi yang dilarang di Kota Padang berdasarkan keputusan walikota Nomor 190 Tahun 2014.	Penelitian ini merupakan penelitian hukum yang dilakukan untuk melihat dan mengkaji bagaimana suatu aturan di implementasi dilapangan	Mengetahui penertiban terhadap pedagang kaki lima yang berdagang di lokasi yang dilarang di Kota Padang berdasarkan keputusan walikota Nomor 190 Tahun 2014	<p>1. Penertiban yang dilakukan oleh Dinas Pasar dan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Padang terhadap pedagang kaki lima yang berdagang di tempat yang dilarang, belum menunjukkan hasil yang maksimal. Pasalnya 4 dari 6 lokasi yang telah dilarang berdasarkan Keputusan Walikota Tahun 2014 itu, masih belum steril dari kegiatan pedagang kaki lima.</p> <p>2. Faktor yang menghambat upaya penertiban pedagang kaki lima yang dihadapi oleh Dinas Pasar dan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Padang adalah : a. Penegakan hukum belum sesuai dengan Peraturan Daerah yang mengatur mengenai pedagang kaki lima. b. Lamanya waktu untuk pembangunan lokasi binaan yaitu lokasi yang telah ditetapkan peruntukannya bagi pedagang kaki lima yang bersifat permanen sehingga pedagang kaki lima masih berjualan di badan jalan. c. Pedagang tidak menghiraukan aturan yang telah disosialisasikan petugas d. Adanya oknum tertentu</p>

No	Nama dan Tahun	Judul penelitian	Permasalahan	Tujuan Penelitian	Hasil penelitian
					yang melindungi pedagang kaki lima saat penertiban sehingga hasil dari penertiban tidak maksimal. e. Keterbatasan kendaraan operasional untuk operasi penertiban
5	Septiani and Zamzami, (2020) Universitas Andalas	Eksistensi PKL Kawasan Pantai Muaro Lasak Kota Padang pasca pengembangan kawasasn wisata Pantai Padang	Penelitian ini lebih mendalami persoalan pariwisata, dan pengembangan infrastruktur di Pantai Padang	Mengetahui eksistensi pedagang kaki lima di kawasan Pantai Muaro Lasak Kota Padang pasca pengembangan kawasasn wisata Pantai Padang	Berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terjadinya perubahan terhadap infrastruktur, ekonomi dan dukungan Pemerintah kepada PKL dipantai Muaro Lasak pasca pengembangan dan penertiban daerah wisata pantai Padang. Kondisi infrastruktur meningkat yang membuat meningkatnya wisatawan yang datang kepantai Muaro Lasak Kota Padang. Seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan , berpengaruh pada peningkatan pendapatan PKL perharinya. Dukungan Pemerintah terhadap Pedagang Kaki Lima setelah pembangunan dan penertiban yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Padang berupa dukungan material seperti gerobak yang dibagikan kepada Pedagang Kaki Lima,

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, yang membedakannya adalah dari segi lokasi dan waktu, lokasi pada penelitian terdahulu beberapa berada di luar Kota Padang, dan beberapa lagi berada di Kota Padang namun bukan di sepanjang Pantai Purus, melainkan di pasar raya Kota Padang. Lokasi penelitian yang dilakukan ini, berada di sepanjang Pantai Purus Kota Padang. Sedangkan dari segi waktu, penelitian yang dilakukan ini masih sangat baru karena para pedagang baru saja direlokasikan pada akhir bulan September, dikarenakan demonstrasi yang dilakukan oleh para pedagang pada tanggal 21 September 2023 lalu. kemudian fokus penelitiannya juga berbeda. Penelitian terdahulu lebih memfokuskan kepada proses pembangunan, eksistensi pedagang, persepsi masyarakat, dan dampak relokasi. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan berfokus kepada pilihan rasional para pedagang Pantai Padang pasca direlokasi.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Penelitian dan Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, sebagaimana yang dijelaskan oleh Afrizal (2014), penelitian kualitatif adalah metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia serta penelitian tidak berusaha menghitung dan mengkuantifikasi dan kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.

Penelitian ini digunakan sesuai dengan permasalahan di dalam penelitian yaitu mencari bagaimana upaya pedagang untuk menaikkan omset pasca relokasi di Pantai

Padang. Pedagang di Pantai Padang ini dipaksa mengambil tindakan agar dapat menyelamatkan omset dagangannya. Pedagang ini harus memilih tindakan mana yang paling rasional agar tidak mendapatkan resiko buruk untuk kedepannya.

Tipe penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif., yaitu penelitian yang mendeskripsikan suatu keadaan melalui data yang diperoleh di lapangan. Laporan penelitian berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen resmi lainnya (Rahmawati, 2017). Tipe penelitian deskriptif menggambarkan upaya pedagang untuk menaikan omset pasca relokasi di Pantai Padang.

1.6.2 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seseorang yang mempunyai informasi tentang objek penelitian. Informan dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber. Penelitian ini menentukan informan dengan menggunakan teknik purposive, yaitu informan akan dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, yang informan ini akan benar menguasai objek yang akan diteliti.

Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti (Afrizal, 2016).

Informan yang diambil dalam penelitian ini ada dua, informan pelaku dan pengamat. Informan pelaku merupakan informan yang memberikan keterangan

tentang dirinya, tentang perbuatan, pikiran, interpretasinya, atau tentang pengetahuannya (Afrizal, 2014). Informan ini yaitu pemilik dari usaha dagangan di Pantai Padang, ada juga anak sebagai penerus usaha dagangan dari orang tuanya, ini juga termasuk kategori pemilik karena usaha adalah kepunyaan pribadi dari pemilik tersebut. Sedangkan informan pengamat adalah informan yang memberikan informasi mengenai orang-orang, suatu kejadian, atau suatu hal kepada peneliti. Informan pengamat dalam penelitian ini adalah pengunjung, SATPOL-PP, dan juga pemuda setempat.

Karakteristik informan pelaku adalah ; Pedagang yang direlokasi, pedagang yang telah berjualan lebih dari 3 bulan, dan pedagang yang telah berusia lebih dari 18 tahun. Untuk karakteristik informan pengamat adalah orang yang tinggal di Padang, orang yang sering berkunjung ke Pantai Padang, dan orang yang mengetahui informasi tentang Pantai Padang. Informan yang akan dipilih menurut peneliti telah mewakili fokus penelitian. Peneliti mendapatkan informan dari hasil terjun langsung ke lokasi berdagang pedagang Pantai Padang yang telah di relokasi.

Tabel 2. Informal Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Profesi
1	Doni	Laki-laki	23	Pedagang
2	Warsinah	Perempuan	44	Pedagang
3	Susilawati	Perempuan	40	Pedagang
4	Iqbal	Laki-laki	19	Pedagang
5	Della	Perempuan	20	Pedagang
6	Ridho	Laki-laki	42	Pedagang
7	Andi	Laki-laki	27	Pedagang
8	Sarah	Perempuan	39	Pedagang
9	Pipi	Perempuan	43	Pedagang
10	Rinto	Laki-laki	27	Pengunjung
11	Indah	Perempuan	23	Pengunjung
12	Yogi	Laki-laki	27 Tahun	Sat-Pol PP
13	Hermandianto	Laki-laki	29 Tahun	Sat-Pol PP
12	Tri Pria Anugrah	Laki-laki	35 Tahun	Kepala Seksi Destinasi Wisata Dinas Pariwisata Kota Padang

1.6.3 Data yang Diambil

Dalam penelitian ini terdapat data utama (primer) dan data pendukung (skunder). Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber atau dapat disebut sebagai data utama. Sedangkan data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang telah tersedia sehingga peneliti dapat disebut sebagai tangan kedua (Afrizal, 2016).

1. Data Primer

Data primer adalah data atau informasi yang didapatkan langsung dari informan penelitian dilapangan. Data primer bisa didapatkan dengan cara observasi dan wawancara mendalam terhadap informan. Dengan melakukan wawancara, peneliti bisa mendapatkan data yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang digunakan untuk memperkuat data primer. Data ini dapat diperoleh melalui literature, dokumentasi, laporan, studi pustaka, yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal-jurnal, skripsi terdahulu yang relevan.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian itu sendiri adalah untuk mendapatkan data (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu :

1. Observasi

Observasi adalah suatu teknik yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Eko, 2000). Teknik observasi ini dilakukan untuk mendapatkan data yang akurat sesuai dengan keadaan di lapangan. Sehingga dapat dikatakan bahwa dalam teknik observasi peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengamati secara langsung objek yang di teliti.

Untuk melaksanakan observasi dalam penelitian ini penulis telah merencanakan beberapa hal yaitu, penulis akan membuat pedoman observasi terdahulu terkait hal-hal apa saja yang perlu penulis observasi. Peneliti memperoleh data dengan cara mengamati langsung serta menemui para pedagang yang ada di kawasan Pantai Padang yang di relokasi.

Hal yang diobservasi oleh peneliti nantinya adalah lokasi berdagang yang baru direlokasi, jenis dagangan pedagang, kondisi lokasi berdagang yang baru seperti ramai atau tidaknya pengunjung, serta perilaku pedagang pasca relokasi pedagang di Pantai Padang.

Observasi yang dilakukan peneliti dimulai dengan langsung mendatangi lokasi berjualan pedagang yang baru, peneliti mengamati dan mencatat hal-hal penting seperti suasana berdagang pedagang, jenis barang dagangan pedagang, susunan berjualan pedagang, dan ramai atau tidaknya pengunjung. Peneliti berkeliling dari awal pintu masuk gerbang pusat kuliner pantai padang tersebut, berjalan lurus disepanjang lokasi berdagang berjualan, berbelok ke arah tempat duduk pengunjung, kemudian kembali ke arah pintu masuk. Peneliti kemudian melakukan observasi di lokasi berjualan pedagang yang lama, yaitu tepi Pantai Purus, melihat perubahan dari pada saat diisi oleh para pedagang dan setelah di kosongkan oleh pedagang.

2. Wawancara Mendalam

Esterberg (2002) mendefinisikan wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara (interview) merupakan percakapan yang memiliki suatu tujuan tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara (Afrizal, 2016).

Wawancara mendalam yang dilakukan dengan informan tidak terstruktur dan berkali-kali. Sehingga wawancara tidak terstruktur adalah informan dapat dengan

bebas menjawab pertanyaan peneliti namun tidak keluar dari topik penelitian yang dimaksud oleh peneliti (Afrizal, 2016).

Wawancara mendalam tidak dapat berhasil hanya dengan melakukannya sekali saja, wawancara mendalam harus dilakukan berulang ulang agar data yang didapatkan lengkap dan akurat. Dalam penelitian ini peneliti akan mewawancarai para pedagang yang telah di relokasi di kawasan Pantai Padang, tepatnya para pedagang di sepanjang Pantai Purus Padang. Alat benda yang akan digunakan dalam mengumpulkan data :

- a. Daftar pedoman wawancara, digunakan sebagai bahan pertanyaan yang akan diajukan pada informan.
- b. Buku dan alat tulis, digunakan untuk mencatat semua informasi yang diperoleh dari informan.
- c. Handphone, digunakan sebagai alat perekam dan alat dokumentasi saat sesi Tanya jawab sedang berlangsung.

Wawancara dilakukan dengan tidak hanya satu kali kunjungan, tetapi dilakukan berkali-kali sesuai kebutuhan informasi peneliti. Wawancara dilakukan kepada informan secara bergantian, dengan fokus pada satu informan, kemudian setelah selesai baru berpindah kepada informan selanjutnya. Wawancara tidak akan dilakukan jika informan sedang sibuk karna ramai pembeli. Peneliti juga berusaha menciptakan suasana yang akrab agar terciptanya keakraban antara peneliti dan informan, agar informasi yang didapatkan lengkap dan akurat.

Proses penelitian diawali dengan menemui informan satu persatu untuk melakukan wawancara secara mendalam agar mendapatkan hasil yang maksimal.

sebelum melakukan wawancara terlebih dahulu peneliti meminta izin kepada pihak-pihak terkait untuk melakukan wawancara kepada informan yang dituju dan juga meminta arahan untuk menunjukkan Siapa orang yang akan diwawancara. Pertanyaan yang diberikan terkait tentang bagaimana kondisi pedagang sebelum direlokasi, kondisi pedagang pada saat direlokasi dan kondisi pedagang pada saat setelah direlokasi. penelitian mulai dilakukan pada bulan Februari 2024.

Wawancara pertama diawali dengan mewawancarai informan pelaku yaitu Bapak Doni(23), Ibu warsinah(44), Iqbal(19), Della(20), dan Ibu Susilawati(40), yang merupakan pedagang di pantai Padang. wawancara yang dilakukan mengenai Bagaimana terkait dengan kondisi pedagang pada saat sebelum direlokasi, tentang bagaimana Interaksi antar pedagang dilakukan pada saat sebelum merelokasi dan juga mengenai pendapatan pedagang pada saat sebelum direlokasi. Kemudian pada tanggal 13 Maret 2024 dilakukan wawancara kedua kepada informan pelaku yang sama. namun pertanyaan yang diberikan terkait tentang bagaimana kondisi pedagang pada saat relokasi dilakukan, bagaimana Interaksi pedagang terjadi pada saat proses relokasi, bagaimana persiapan pedagang pada saat proses relokasi, dan bagaimana strategi pemerintah dan Satpol PP dalam proses relokasi pedagang di pantai Padang.

kemudian wawancara selanjutnya dilakukan pada tanggal 20 Maret 2024. wawancara masih dengan informan pelaku yang sama. namun pada wawancara kali ini peneliti memberi pertanyaan tentang bagaimana kondisi pedagang pada saat setelah direlokasi. pertanyaan yang diberikan kepada informan mengenai bagaimana Interaksi pedagang pada setelah direlokasi dan bagaimana pendapatan pedagang setelah direlokasi.

Pada bulan selanjutnya tepatnya pada tanggal 6 April 2024, dilakukan wawancara kepada informan pengamat, yaitu Pemuda setempat dan juga Satpol PP. peneliti memberi pertanyaan terkait dengan Bagaimana kondisi pedagang pada saat sebelum direlokasi pada saat proses relokasi dan juga pada saat setelah direlokasi. kepada Satpol PP peneliti juga memberi pertanyaan terkait dengan SOP Satpol PP dari Dinas Pariwisata dan juga peran Satpol PP dalam rangka relokasi pedagang di Pantai Padang ini.

Kemudian untuk memperkuat data peneliti melakukan wawancara kepada Dinas Pariwisata yang dilakukan pada tanggal 18 April 2024. pertanyaan yang diberikan terkait dengan kebijakan pemerintah tentang relokasian pedagang ke lokasi baru yang berada di bawah jembatan lama Pantai Padang. kendala relokasi yang dilakukan pada saat sebelum relokasi pada saat direlokasi dan pada saat setelah direlokasi. kematian juga ditanyai tentang apa saja tahapan-tahapan relokasi yang dilakukan oleh dinas pariwisata, dan juga mengenai tindakan pemerintah serta respon pemerintah para pedagang yang menolak untuk direlokasi.

Peneliti melakukan wawancara dengan cara langsung mendatangi informan ke lokasi masing-masing. untuk informan pelaku yaitu pedagang, peneliti mendatangi langsung ke lokasi berdagang setelah relokasi, tepatnya di bawah jembatan lama Pantai Padang. untuk pemuda setempat peneliti langsung Datangi lokasi Purus, dan untuk Dinas Pariwisata, peneliti langsung mendatangi kantor Dinas pariwisata di Jalan Gandaria, nomor 56 Jati Baru Kota Padang. Setelah semua wawancara selesai peneliti mulai mengklasifikasikan data dan membuat pembahasan penelitian.

1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian merupakan hal-hal yang memberikan informasi mengenai masalah yang akan diteliti. Unit analisis dilakukan oleh peneliti agar validitas dan keakuratan data tetap terjaga, karena terkadang peneliti sulit membedakan antara objek penelitian, subyek penelitian dan sumber data. Unit analisis suatu penelitian bisa berupa individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahan. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pedagang sebagai individu di sepanjang Pantai Purus yang baru saja di relokasi oleh Pemerintah Kota Padang.

1.6.6 Analisis Data

Analisis data sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna (Rijali, 2019). Pada penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Miles dan Huberman, yaitu:

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Data didapatkan dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi data-data atau catatan yang terdapat di lapangan yaitu deskriptif dan refleksi. Catatan deskriptif merupakan catatan alami, catatan mengenai sesuatu yang di dengar, disaksikan, dilihat dan yang peneliti alami tanpa ada asumsi atau tafsiran yang bersumber dari peneliti perihal suatu fenomena yang telah dialami. Catatan refleksi merupakan catatan yang isinya mengenai kesan, komentar, serta pendapat

mengenai suatu temuan yang ditemukan, dan perencanaan pengumpulan data pada tahap selanjutnya.

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data dilakukan dengan mencari tema dan polanya, memilah hal-hal yang dirasa penting, merangkum, serta membuang hal-hal yang dirasa tidak diperlukan. Reduksi data nantinya akan menghasilkan gambaran dan langkah yang jelas dalam melaksanakan pengumpulan data selanjutnya. Dalam penelitian ini nantinya akan dibuat ringkasan awal hasil dari observasi dan juga wawancara yang dilakukan kepada beberapa informan yang sudah ditentukan serta akan memfilter beberapa temuan pada penelitian yang berlangsung di lapangan.

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penyajian data bisa bentuk tulisan atau kata-kata, gambar, grafik, dan tabel. Tujuan dari penyajian data ialah untuk menggabungkan informasi sehingga bisa menggambarkan keadaan yang terjadi. Peneliti tidak kesusahan dalam menguasai informasi baik dengan semua atau tugas-tugas tertentu dari hasil penelitian, untuk itu peneliti membuat suatu naratif, matrik atau grafik guna memudahkan dalam menguasai informasi data tersebut. Dengan demikian peneliti bisa memiliki penguasaan terhadap data serta tidak terpuruk pada kesimpulan dari informasi yang membosankan. Data yang disajikan dalam penelitian ini ialah data dalam bentuk kata-kata dan tabel. Untuk mempermudah peneliti dalam menyajikan data dan informasi terkait penggunaan *Instagram* bagi Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dalam pemenuhan aktualisasi diri.

4. *Conclusion Drawing or Verification* (Menarik Kesimpulan atau Verifikasi)

Kesimpulan yang telah diungkapkan diawal sifatnya masih sementara dan bisa berubah apabila ditemukan bukti-bukti lain. Tetapi apabila pada awal kesimpulan yang sudah diungkapkan dapat didukung dengan bukti yang valid atau sah dan konsisten, maka kesimpulan yang telah diungkapkan adalah kesimpulan yang andal atau kredibel. Pada penelitian ini data dikumpulkan dari 3 kegiatan yaitu wawancara ke beberapa informan, dari observasi lapangan serta dokumentasi baik rekaman suara, video maupun pengambilan gambar. Selanjutnya data yang diperoleh akan difilter, artinya data dari 3 kegiatan diatas yang memiliki ketidaksesuaian dengan penelitian akan dihapus agar fokus penelitian tidak melebar. Kemudian data yang sesuai fokus penelitian akan dipaparkan dengan beberapa pilihan yang ada, hal ini berfungsi agar penjelasan dalam penelitian bisa dibaca dengan mudah, selanjutnya apabila data dirasa lengkap, selanjutnya akan ditarik kesimpulan akhir.

1.6.7 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan lokasi atau tempat di mana penelitian dilakukan. Lokasi penelitian yang dilakukan berada di Kota Padang tepatnya di Pantai Purus yang berada di Kelurahan Purus, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang. Alasan peneliti memilih lokasi ini dikarenakan lokasi tersebut baru saja dijadikan sebagai pusat kuliner di kawasan Pantai Kota Padang, tepatnya tanggal 25 September, tepat 4 hari setelah demo dilakukan. Berhubung lokasi berdagang sebelumnya adalah tepat di tepi pantai, sedangkan di lokasi yang baru berada di sebelah jembatan Pantai Purus yang lokasinya tidak terlihat dari pinggir jalan karna sedikit tersembunyi. Ada

indikasi berbeda saat sebelum dan sesudah relokasi. Pasca relokasi omset meningkat dibandingkan dengan lokasi sebelum direlokasi. Diduga omset naik karena jam buka yang lebih pagi, dan lokasi pasca relokasi lebih strategis bagi pengunjung, karena lokasi pasca relokasi lebih dekat dengan tempat parkir bus yang datang dari luar Kota Padang.

1.6.8 Definisi Operasional Konsep

1. Pilihan Rasional : merupakan pilihan yang tepat berdasarkan akal dan logika.
2. Pasca : merupakan sebuah kata yang menunjukkan arti setelah. Dalam penelitian ini berarti setelah relokasi pedagang.
3. Pedagang : merupakan orang yang menjual suatu barang untuk mendapatkan untung. Pedagang adalah orang atau instansi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam ekonomi, pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan dapat dibedakan menjadi : pedagang distributor (tunggal), pedagang partai besar, dan pedagang eceran
4. Relokasi : penataan ulang dengan tempat yang baru atau pemindahan dari tempat lama ke tempat yang baru.
5. Kondisi Pedagang : merupakan suatu keadaan dan sesuatu yang dirasakan atau dialami oleh para pedagang
6. Proses Relokasi : merupakan serangkaian hal yang terjadi dari keadaan sebelum direlokasi hingga terjadinya(sesudah) relokasi.

7. Pantai Padang : pantai yang membentang dari daerah Purus hingga muara Batang Arau.

1.6.9 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dirancang selama 5 bulan, yaitu mulai dari Februari 2024 sampai Juli 2024, sebagaimana pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Jadwal Penelitian

NO	Nama Kegiatan	Tahun 2024					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pembuatan Pedoman Wawancara						
2	Penelitian Lapangan						
3	Analisis Data						
4	Penulisan Penelitian						
5	Ujian Skripsi						