



SOLIDARITY

<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/solidarity>

Dampak Relokasi Pedagang Di Lingkungan Objek Wisata Golaga Kabupaten Purbalingga

Lili Marselina, Atika Wijaya

lilymarselina37@gmail.com, atika.wijaya@mail.unnes.ac.id✉

Jurusan Sosiologi dan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima:

April 2022

Disetujui:

April 2022

Dipublikasikan:

Mei 2022

Keywords:

*Impact of
Relocation, Traders,
Golaga Tourism
Object*

Abstrak

Objek Wisata Golaga mengalami peralihan pengelolaan dari Pihak Pemda ke Pihak Perumda Owabong. Adanya peralihan tersebut muncul kebijakan relokasi pedagang di Lingkungan Objek Wisata Golaga. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dampak relokasi pedagang di Lingkungan Objek Wisata Golaga terhadap pedagang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Lokasi penelitian di Lingkungan Objek Wisata Golaga yang berada di Dusun IV, RT 01/07, Desa Siwarak, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Validitas data menggunakan teknik triangulasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perubahan sosial dan teori konflik. Hasil penelitian ini yaitu dampak relokasi pedagang pasca relokasi terdapat dampak ekonomi yaitu pendapatan pedagang menurun dan adanya kerugian materi dan dampak sosial yang terjadi yaitu muncul konflik antar pedagang dan muncul solidaritas antar pedagang. Saran yang diajukan peneliti adalah pedagang agar mematuhi peraturan yang berlaku terutama dalam jumlah tikar yang diletakkan sehingga tidak memunculkan konflik antar pedagang dan pihak Perumda Owabong sebagai pihak pengelola untuk segera menyelesaikan penataan pedagang di Lingkungan Objek Wisata sesuai dengan perencanaan awal. Hal ini agar pedagang dapat lebih nyaman berada di kios sehingga aktivitas berjualan dapat berjalan lebih baik. Pihak Perumda Owabong agar lebih diperketat penjagaan arah pintu keluar pengunjung sehingga tidak ada lagi pengunjung yang salah jalur.

Abstract

Golaga Tourism Object experienced a management shift from the Regional Government to the Owabong Perumda Party. The existence of this transition emerged a policy of relocating traders in the Golaga Tourism Object Environment. This study aims to determine the impact of the relocation of traders in the Golaga Tourism Object Environment on traders. This study uses a qualitative method. The research location is in the Golaga Tourism Object Environment which is in Hamlet IV, RT 01/07, Siwarak Village, Karangreja District, Purbalingga Regency. Data collection techniques in this study were observation, interviews and documentation. Data validity using triangulation technique. The data analysis technique in this study used the stages of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The theory used in this research is the theory of social change and the theory of conflict. The results of this study are the impact of the relocation of traders after the relocation there is an economic impact, namely the income of traders decreases and there are material losses and social impacts that occur, namely conflicts between traders and solidarity between traders appear. The suggestion put forward by the researcher is that traders comply with applicable regulations, especially in the number of mats placed so as not to create conflicts between traders and Perumda Owabong as the manager to immediately complete the arrangement of traders in the Tourism Object Environment in accordance with the initial planning. This is so that traders can be more comfortable in the kiosk so that selling activities can run better. The Owabong Perumda party needs to be more stringent in guarding the direction of the exit for visitors so that there are no more visitors who go the wrong way.

✉ Alamat korespondensi:

Gedung C6 Lantai 1 FIS Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: unnessosant@gmail.com

PENDAHULUAN

Desa Siwarak, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu desa yang sampai saat ini terus mengembangkan potensi desa untuk dijadikan objek wisata. Goa Lawa atau sekarang disebut Golaga (Goa Lawa Purbalingga) sejak tahun 1979, dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata yang dikelola oleh pemerintah daerah ditangan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga. Setelah dijadikan sebagai wisata, Goa Lawa menjadi tempat sumber penghasilan bagi masyarakat disekitarnya seperti menjadi pedagang aksesoris, makanan, hasil kebun bahkan dalam bidang jasa seperti dalam penyediaan sewa payung, menjadi pemandu wisata, ada pula masyarakat asli desa Siwarak yang bekerja menjadi pegawai di Objek Wisata tersebut. Pariwisata tidak lagi hanya berupa aktivitas perjalanan untuk tujuan rekreasi dan liburan, namun juga merupakan suatu kegiatan sosial dan ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia (Agung & Atika, 2019:62).

Pada peraturan daerah pasal 4 nomor 2 tahun 2018 memutuskan bahwa Objek Wisata Golaga menjadi salahsatu destinasi pariwisata dan industri pariwisata yang dikelola oleh Perumda Owabong sehingga pengelolaan berpindah dari pihak pemerintah daerah ke Perumda Owabong. Perumda Owabong berkontribusi besar dalam menyumbang pendapatan daerah dari sektor wisata. Perumda Owabong mulai melakukan pembenahan-pembenahan seperti melakukan perbaikan Goa Lawa, membuat restaurant di dalam goa, serta melakukan relokasi para pedagang yang berada di sekitar lingkungan Goa Lawa.

Masyarakat yang sebagian besar mengambil peluang sebagai pedagang mulai mendapatkan kebijakan-kebijakan baru dari Perumda Owabong. Awalnya para pedagang bebas mendirikan warung disekitar lingkungan Objek Wisata Golaga, siapapun boleh berdagang di tempat wisata tersebut. Namun adanya kebijakan yang dibuat oleh Perumda Owabong terdapat peraturan-peraturan yang harus dilakukan masyarakat apabila ingin berdagang di area Objek Wisata Golaga. Hal tersebut sesuai definisi kebijakan Menurut Ealau dan Kenneth Prewit yang dikutip Charles O. Jones (dalam Suharno, 2013:3) yang menyatakan bahwa kebijakan adalah sebuah ketetapan yang berlaku yang dicirikan oleh perilaku yang konsisten dan berulang baik dari yang membuatnya maupun menaatinya yang terkena kebijakan itu sehingga mau tidak mau para pedagang yang terkena relokasi harus pindah ke tempat yang telah dipersiapkan dan akan dijadikan satu tempat.

Kebijakan relokasi mendapatkan penolakan para pedagang dikarenakan tempat relokasi yang dianggap tidak strategis karena berada jauh dari area utama pintu masuk Golaga serta aturan ukuran kios yang sempit. Menurut Armi,dkk (2016:3) mengatakan bahwa permasalahan umum dalam implementasi kebijakan adalah tidak efektifnya implementasi karena penolakan-penolakan terhadap kebijakan termasuk dalam kasus relokasi. Hal ini menjadikan penelitian bertujuan untuk mengetahui dampak relokasi pedagang di Lingkungan Objek Wisata Golaga Kabupaten Purbalingga. Tujuan tersebut pertama-tama perlu melihat terkait proses relokasi pedagang serta adaptasi pedagang di tempat relokasi.

Teori konflik digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh. Dimana konflik merupakan pertentangan, pertikaian, dan permusuhan antar pihak yang disebabkan oleh gagalnya proses akomodasi atas serangkaian perbedaan ideologi, nilai-nilai, norma-norma, ide-ide lain dan kepentingan dalam kehidupan sosial (Wahyudi, 2021:17).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif. Menurut Afrizal (2017) metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode yang digunakan dalam penelitian ilmu-ilmu sosial dengan mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata baik lisan maupun tulisan. Lokasi penelitian ini berada di Lingkungan Objek Wisata Golaga yang berada di Dusun IV, RT. 01/07, Desa Siwarak, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan pada tanggal 24 Mei sampai dengan 7 Juni 2021 dengan mengamati perihal situasi dan kondisi kegiatan para pedagang yang berada di lingkungan sekitar Objek Wisata Golaga setelah menempati tempat yang baru. Selain itu mengamati pula mengenai kondisi kios baru serta interaksi yang dilakukan antar pedagang.

Wawancara menggunakan teknik wawancara terstruktur yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyiapkan instrumen penelitian karena peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh (Sugiyono, 2016:233). Wawancara dilakukan dengan 8 informan yang terdiri dari 4 informan utama dan 4 informan pendukung. Informan utama dalam penelitian ini adalah pedagang yang merasakan relokasi. Sehingga dapat mengetahui proses relokasi, cara adaptasi pedagang di tempat relokasi baru serta dampak baik dari aspek sosial maupun ekonomi yang dirasakan pedagang.

Informan pendukung dalam penelitian ini adalah Pihak Perumda Owabong yang meliputi manajer wisata Golaga, serta staff perumda owabong yaitu yang berperan sebagai *supervisor*, masyarakat yang berada di sekitar Objek Wisata Golaga dan pegawai Objek Wisata Golaga. Pemilihan informan pendukung tersebut dikarenakan Objek Wisata Golaga pengelolaannya dibawah naungan pihak Perumda Owabong sehingga adanya relokasi pedagang merupakan hasil kebijakan dari pihak Perumda Owabong. Serta masyarakat sekitar merupakan pihak Pokdarwis desa Siwarak yang dalam hal ini terlibat dalam proses relokasi. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku tentang teori perubahan sosial, buku tentang teori konflik, artikel jurnal, serta skripsi yang berkaitan dengan relokasi. Dokumentasi dilakukan oleh peneliti terkait kondisi Objek Wisata Golaga yang meliputi aktivitas pedagang saat berjualan, kondisi kios, suasana tempat baru setelah relokasi. Pengambilan dokumentasi dilakukan pada rentang bulan Mei-Juni 2021.

Teknik validitas data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi yaitu membandingkan data yang diperoleh dari pengamatan dengan data yang diperoleh dari wawancara dengan semua informan serta membandingkan pendapat antara informan satu dengan informan lain. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Objek Wisata Golaga

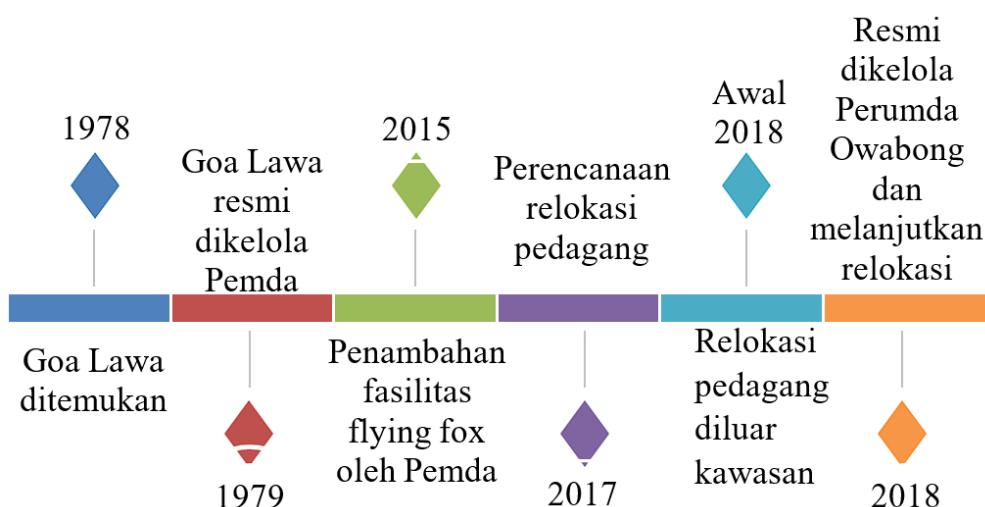
Objek wisata Goa Lawa atau yang sekarang disingkat Golaga sejak tahun 1978 dan diresmikan pada tahun 1979 sebagai wisata dikelola oleh Pemerintah Daerah (Pemda). Fokus pengelolaan objek wisata Goa Lawa pada saat itu terletak pada penambahan fasilitas seperti Taman Lokaria, area outbound dan panggung seni. Pada pengelolaannya Objek Wisata Golaga mendapatkan kritikan-kritikan dari para pengunjung terutama mengenai pengelolaan sampah yang kurang baik dan kenyamanan pengunjung yang terganggu akibat adanya pedagang asongan yang mengikuti pengunjung. Adanya kritikan pengunjung membuat pihak pengelola yaitu pemda melakukan pembenahan serta melakukan penataan pedagang. Seperti pernyataan Tomo (44) sebagai berikut:

“Awalnya dipercaya untuk mengatur pedagang yang selama awal dikelola sama pemda dari tahun 1978-2017 banyak banget pedagang asongan yang dinilai

menganggu kenyamanan pengunjung jadi dilakukan relokasi pedagang. Sehingga dari 7 unsur wisata yang harus terpenuhi tidak berjalan baik. Sehingga relokasi perlu dilakukan”

(Wawancara pada tanggal 7 Juni 2021)

Awal tahun 2018 pihak Dinporapar mulai merelokasi pedagang yang berada di kawasan area luar pintu masuk wisata Goa Lawa. Hal tersebut menuai berbagai penolakan bagi pedagang sendiri namun relokasi harus tetap dilaksanakan. Pada tahun 2018 pengelolaan Objek Wisata Golaga secara sah sudah diserahkan kepada pihak Perusahaan Umum Daerah Owabong. Terjadi *reshuffle* kepengurusan yang berawal dari pihak Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dibawah naungan pemerintah daerah Purbalingga beralih ke pihak Perumda Owabong. PR awal Perumda Owabong setelah peralihan pengelolaan adalah melanjutkan relokasi.



Bagan 1. Perkembangan Objek Wisata Golaga

(Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021)

Perumda Owabong dalam mengelola Objek Wisata Golaga fokus pada pengembangan Golaga yang lebih besar seperti penambahan fasilitas, penataan area Golaga serta Promosi Golaga. Tujuan dari adanya pengembangan bermaksud untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar (Marsela & Atika, 2020:853). Perumda Owabong menambahkan fasilitas seperti rumah pohon, gazebo, *Lava Café*, Glamping, Panggung seni, serta *Mini Zoo*. Selain penambahan fasilitas bagi pengunjung Perumda Owabong melakukan penataan area Golaga. Penataan area yang dilakukan seperti memasang tembok keliling area wisata, menata kios pedagang serta memperindah lingkungan wisata Golaga dengan menanam tanaman serta memberi lampu warna warni dalam goa.

Profil Pedagang Objek Wisata Golaga

Pedagang yang berada di golaga terbagi dalam dua jenis menurut waktu yang digunakan. Pertama pedagang tetap yaitu pedagang yang berjualan sebagai sumber mata pencaharian utama yang berjualan setiap hari di wisata Golaga dan tidak hanya pada hari-hari tertentu. Kedua, pedagang musiman, yaitu pedagang yang berjualan di wisata Golaga sebagai sumber mata pencaharian tambahan, biasanya pedagang berjualan di wisata Golaga pada hari-hari tertentu saja seperti hari *weekend*, hari-hari besar dan hari libur. Menurut Hofifah (2020:40) pedagang musiman adalah orang yang melakukan transaksi jual beli atau melakukan pertukaran baik berupa barang dan jasa yang dilakukan pada waktu atau tempat tertentu. Pedagang musiman rata-rata memiliki pekerjaan lain selain menjadi pedagang. Ketika pedagang musiman tidak berjualan hari lainnya mereka gunakan untuk bertani atau hanya

sebagai ibu rumah tangga saja.

Proses Relokasi Pedagang di Kawasan Objek Wisata Golaga

Pada tanggal 26 Desember 2018 dalam peraturan daerah pasal 4 nomor 2 tahun 2018 menetapkan bahwa Golaga menjadi bagian dari Perumda Owabong. Sehingga rencana relokasi pedagang menjadi tugas pertama Perumda Owabong dalam mengelola Wisata Golaga. Akhirnya dalam hal ini proses relokasi pedagang dilanjutkan kepada pihak Perumda Owabong. Adapun proses relokasi pedagang yang dilakukan Perumda Owabong sebagai berikut:

Perencanaan

Pada tahap perencanaan Perumda Owabong merumuskan tujuan adanya relokasi di dalam kawasan wisata Golaga. Hal ini mengarah untuk mengimplementasikan kebijakan yang telah dibuat terkait relokasi. Menurut Armi, dkk (2016:2) menyatakan bahwa implementasi suatu kebijakan mengarah pada tujuan atau sasaran kebijakan, aktivitas atau kegiatan pencapaian tujuan dan hasil kegiatan. Pada tahap perencanaan Perumda Owabong melakukan beberapa hal seperti pemilihan tempat dan melakukan musyawarah dengan pedagang.

Pelaksanaan

Perumda owabong memberi himbauan kepada para pedagang agar kios-kios mereka segera di bongkar sehingga lingkungan objek wisata steril dari kios-kios pedagang. Pedagang akhirnya membongkar sendiri kios-kios mereka dengan dibantu suami dan sanak saudara mereka. Memiliki kios yang layak termasuk hak setiap pedagang, jadi seharusnya sebelum kios dibongkar terlebih dahulu fokus kepada peningkatan tempat yang baru agar hak berdagang dari segi kenyamanan dapat terjamin (Kusumaningrum, dkk. 2020:84). Pada proses relokasi terdapat beberapa kendala yang dihadapi baik yang dirasakan pedagang maupun pihak Perumda Owabong seperti terkait anggaran serta munculnya perdebatan. Anggaran yang tersedia hanya cukup untuk membuat kios berjumlah 50 sedangkan pedagang berjumlah 100 orang sehingga 50 pedagang lain membuat sendiri kios mereka. Proses relokasi pedagang ketempat baru melibatkan pembagian kios bagi pedagang yang direlokasi (Sukmayeti, 2018:11). Sejumlah 50 kios diperuntukan untuk pedagang musiman. Muncul perdebatan karena adanya perbedaan kepentingan antara pedagang dengan pihak Perumda Owabong. Menurut Musrifah, dkk (2017:5) Perbedaan kepentingan antarindividu maupun kelompok merupakan sumber lain dari pertentangan. Hal tersebut membuat proses relokasi menjadi terkendala.

Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan tahap menganalisa untuk melihat kemajuan antara rencana dengan proses pelaksanaan. Menurut De Wet (dalam Purnomo, 2016:5) hasil yang diharapkan dari proses relokasi adalah agar kondisi masyarakat yang direlokasi menjadi lebih baik dari kondisi sebelum terjadi relokasi. Pada proses pelaksanaan relokasi belum 100% sesuai dengan rencana awal. Tahap rencana awal oleh pihak pengelola menginginkan pedagang dibagi menjadi dua blok yaitu blok pedagang kuliner yang berjumlah 50 dan blok pedagang souvenir yang berjumlah 50. Namun dalam pelaksanaannya pedagang sekarang masih campur belum mengelompok antara pedagang kuliner dengan pedagang souvenir. Kios masih semi permanen dan belum layak digunakan oleh pedagang dikarenakan kios pedagang yang sempit yang hanya berukuran 2x3 meter. Namun penataan jauh lebih baik dibandingkan dengan sebelumnya yang masih menyebar keseluruh lingkungan wisata.

Cara Adaptasi Pedagang Setelah di Relokasi

Relokasi pedagang yang telah dilakukan menimbulkan adanya perbedaan baik dari segi kios maupun lingkungan yang baru. Penataan pedagang yang dijadikan satu tempat dengan kondisi kios yang berukuran kecil dari ukuran biasanya membuat pedagang harus bisa menyesuaikan diri di lokasi relokasi yang baru. Meskipun sebagian besar pedagang merasakan kurang nyaman dengan kondisi kios sekarang. Adaptasi merupakan proses masyarakat untuk menyesuaikan lingkungan yang baru agar dapat bertahan. Adanya proses adaptasi merupakan

sebuah dampak dari relokasi tersebut (Saputro, 2012). Cara-cara adaptasi pedagang diantaranya sebagai berikut:

Menata dagangan

Adanya relokasi menerapkan ukuran kios hanya 2x3 meter hal tersebut berukuran setengah dari ukuran sebelumnya yang berukuran 4 meter. Ukuran kios atau los yang lebih kecil dibandingkan sebelumnya sehingga kurang memadai dalam menunjang aktivitas pedagang (Zamri, 2017:52). Penataan yang dilakukan pedagang Objek Wisata Golaga pasca relokasi memiliki berbagai cara yaitu pertama, dalam membuat gerobak bakso pedagang melakukan perombakan dengan ukuran yang lebih kecil. Kedua, adanya barang dagangan yang beragam seperti snack, bakso, mie ayam, serta minuman kaleng harus ditata dengan tepat agar pembeli dapat mudah untuk memilih. Menurut Purnomo (2019:2) mengatakan bahwa jika penataan produk (barang dagangan) lebih rapi akan memudahkan konsumen menemukan barang yang dibutuhkan tanpa bertanya atau harus bertanya jika barang yang dibutuhkan tidak terlihat.

Membuat banner

Manfaat banner bagi pedagang yaitu sebagai identitas kios serta media promosi. Menurut Zamri (2017:42), mengatakan bahwa para pedagang menawarkan barang dagangannya dengan berbagai macam cara yaitu lebih aktif dalam mempromosikan barang dagangannya, menggunakan alat bantu seperti poster atau banner dengan tulisan yang unik dan sebagainya. Pemasangan banner tersebut sebagai sarana promosi utama agar lebih dikenal oleh masyarakat sekitar (Andrian & Leonardo, 2019:96). Pemindahan lokasi pedagang yang dijadikan disatu tempat memberikan dampak yang besar bagi pedagang. Salahsatunya kehilangan pelanggan. Hal tersebut menjadi permasalahan yang ditakutkan setiap pedagang ketika akan direlokasi yaitu kehilangan pelanggan (Steel, dkk., 2014:57). Adanya pemasangan banner mempermudah pelanggan untuk menemukan kios yang baru.



Gambar 1. Letak Banner pada Kios Pedagang

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Selain itu pemasangan banner juga berfungsi membantu pembeli dalam mengetahui makanan dan minuman apa yang tersedia di dalam kios tersebut.

Menawarkan barang dagangan dengan suara lantang

Setelah semua pedagang direlokasi menjadi satu tempat persaingan antar pedagang menjadi sangat terlihat. Kios-kios yang berjejer dengan menawarkan barang dagangan yang sama membuat pedagang berinisiatif untuk menarik pengunjung yang datang. Relokasi dapat meningkatkan persaingan antar pedagang karena relokasi mengumpulkan banyak pedagang

dalam satu lokasi yang sama dan menjual produk sejenis (Aotama & Deave, 2021:7). Hal tersebut membuat persaingan antar pedagang semakin tinggi. Strategi yang digunakan pedagang yaitu dengan menawarkan dagangan menggunakan bahasa jawa krama alus dengan suara lantang dan dengan mengarahkan tikar milik pedagang sendiri. Hal tersebut menunjukkan strategi yang dilakukan pedagang untuk menarik pembeli ialah melakukan komunikasi yang aktif kepada pembeli yang lewat disekitar tempat berjualan mereka (Zamri, 2017:59).

Dampak Relokasi Pedagang Pasca Relokasi

Menurut De Jong, dkk (1981) masalah relokasi berkaitan erat dengan masalah ekonomi dan sosial budaya. Adanya relokasi pasar diharapkan mampu meningkatkan stabilitas ekonomi terutama bagi pedagang (Ningrum & Pambudi, 2021:20). Sehingga kebijakan relokasi di Objek Wisata Golaga menimbulkan beberapa dampak yaitu dampak sosial dan ekonomi.

Dampak ekonomi

Dampak ekonomi yang dirasakan pedagang setelah adanya relokasi yaitu yang pertama, pendapatan pedagang mengalami penurunan. Menurut Shofwan dan Maria (2020:36) menyimpulkan bahwa adanya relokasi menimbulkan penurunan aktifitas ekonomi yang membuat sejumlah pedagang mengalami penurunan pendapatan bahkan hingga 70% pasca relokasi. Adanya beberapa kios yang dimiliki pedagang menjadi peluang pedagang untuk memperoleh pendapatan lebih. Namun sekarang pedagang hanya mengandalkan satu kios saja. Faktor lain menurunnya pendapatan pedagang yaitu adanya pandemi covid yang terjadi. Adanya pandemi mewajibkan objek wisata untuk tutup sementara waktu. Hal ini tentu berdampak pada para pedagang yang berjualan di lingkungan Objek Wisata Golaga. Para pedagang tidak berjualan lagi untuk sementara waktu selama objek wisata Golaga ditutup. Setelah dibukanya wisata Golaga pedagang mulai berjualan kembali. Namun terjadi penurunan pengunjung yang membuat banyak dagangan pedagang yang tidak laku. Seperti yang dikatakan Sutarni (51 Tahun) sebagai berikut:

“Jumlah pengunjung yang berkunjung di tempat berdagang menurun daripada yang dulu, sekarang pengunjung banyak tapi yang beli sedikit. Katanya kan mau diarahkan untuk kesini. Tapi rata-rata karena kejauhan ya mereka langsung pada pulang. Tidak lewat sini”.

(Wawancara pada 24 Mei 2021)

Asiah, dkk (2020:32) menyatakan bahwa pendapatan para pedagang ditentukan oleh banyaknya pengunjung yang datang yang tentunya akan memengaruhi para pedagang dalam memenuhi kehidupannya sehari-hari. Lokasi usaha pedagang di pasar yang strategis akan menentukan banyak sedikitnya jumlah keuntungan yang diterima pedagang. Semakin strategis lokasi berdagang maka pendapatan yang diterima pedagang akan semakin tinggi. Dewi,dkk (2015) Posisi lapak pedagang yang mengalami perubahan membuat pedagang merasa dirugikan yang berpendapat bahwa posisi lapak setelah direlokasi kurang bagus dibandingkan posisi lapak sebelumnya yang strategis. Meskipun pendapatan pedagang menurun dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari pedagang berusaha menyesuaikan dengan kondisi tersebut (Handoyo & Nur, 2015:38).

Kedua, dampak ekonomi yang dirasakan pedagang yaitu pedagang mengalami kerugian materi. Kerugian materi yang dirasakan oleh pedagang berkaitan dengan modal yang harus dikeluarkan oleh para pedagang untuk membuat kiosnya. Menurut Setiaji & ana (2018:4) Salah satu hal paling penting yang dibutuhkan dalam usaha yaitu modal. Membuat kios dengan bahan-bahan yang semi permanen membutuhkan biaya yang lebih mahal jika dibanding kios sebelumnya. Aturan pembuatan kios harus semua menggunakan atap seng agar kondisi kios lebih terlihat rapi. Jika dibandingkan dengan kondisi kios sebelum relokasi pedagang menggunakan terpal sehingga harga untuk membeli terpal dapat lebih dijangkau oleh pedagang

dibandingkan dengan yang sekarang harus menggunakan atap kios dari seng. Pedagang yang memiliki beberapa kios harus dibongkar dan diganti dengan yang semi permanen. Hal ini tentu bahan untuk membuat kios sebelumnya tidak terpakai lagi.

Dampak sosial

Dampak sosial adalah perubahan dalam kondisi kehidupan orang-orang yang terjadi bersama dengan suatu kebijakan yang baru, program atau suatu proyek (Diharjo & Nurahma, 2018:9). Dampak sosial yang terjadi yaitu yang pertama muncul konflik antar pedagang. Konflik yang terjadi antar pedagang terjadi perihal beberapa faktor seperti berkaitan dengan rebutan pelanggan dan tikar. Adanya berebut pelanggan ini muncul konflik bahkan pedagang yang tidak terima melakukan sindiran kepada pedagang yang telah mengambil alih pelanggan yang seharusnya masuk ke kiosnya. Konflik laten menurut Fisher dapat diartikan sebagai konflik yang sifatnya tersembunyi dan perlu diangkat ke permukaan sehingga dapat ditangani secara efektif (Jamil, 2007:10). Selain berebut pelanggan konflik yang biasa muncul juga disebabkan oleh pedagang yang memasang tikar lebih dari satu. Sesuai aturan yang telah ditetapkan aturan satu tikar satu pedagang harus ditaati oleh seluruh pedagang yang berada di Objek Wisata Golaga. Namun tetap saja ada pedagang yang melanggar aturan tersebut. konflik yang terjadi diselesaikan dengan membangun komunikasi kepada pihak yang berkonflik. Manajemen konflik termasuk pada suatu pendekatan yang berorientasi pada proses yang mengarahkan pada bentuk komunikasi (termasuk tingkah laku) dari pelaku maupun pihak luar dan bagaimana mereka mempengaruhi kepentingan (*interests*) dan interpretasi (Tualeka, 2017:43). Biasanya pedagang melaporkan pedagang yang tidak sesuai aturan. Dari laporan tersebut perwakilan pihak pengelola mencoba memusyawarahkan agar konflik tersebut tidak berkepanjangan.

Kedua, dampak sosial yang terjadi yaitu muncul solidaritas antar pedagang. Hal ini berkaitan dengan terbentuknya paguyuhan pedagang Objek Wisata Golaga. Saat proses relokasi ketika terjadi ketidaksetujuan atas aturan dari pihak pengelola paguyuhan pedagang ini saling memperjuangkan atas pendapat pedagang. Paguyuhan pedagang ini menjadi wadah pendapat-pendapat pedagang terkait kebijakan pihak pengelola sehingga paguyuhan pedagang Objek Wisata Golaga menumbuhkan solidaritas antar pedagang. Seperti yang dikatakan oleh Coser mengenai salah satu fungsi dari konflik yaitu menyebabkan anggota anggota masyarakat yang terisolir menjadi berperan secara aktif atau berpartisipasi (Raho, 2007: 83) Pedagang yang takut berpendapat langsung ke pihak pengelola adanya konflik menjadi lebih aktif berpartisipasi dalam menyuarakan pendapat pedagang saat proses relokasi. Hal ini tentu menjadi dampak yang positif agar keinginan pedagang dapat bisa diketahui. Hingga sampai saat ini paguyuhan pedagang Objek Wisata Golaga masih tetap aktif dalam mewadahi suara seluruh pedagang. Paguyuhan pedagang tersebut dipimpin oleh seorang ketua dari salahsatu pedagang Objek Wisata Golaga yang dipilih oleh pedagang secara musyawarah bersama.



Gambar 2. Interaksi antar pedagang

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Selain itu adanya relokasi meningkatkan komunikasi antar pedagang. Adanya hubungan antar pedagang satu dengan pedagang lain merupakan reaksi yang ditimbulkan karena adanya kontak secara langsung maupun secara tidak langsung (Junaidi, dkk. 2018:6). Jarak kios yang sangat dekat antar pedagang membuat interaksi yang terjadi semakin sering. Komunikasi dilakukan saat sedang tidak ada pengunjung ataupun ketika berbagi orderan dengan pedagang lain. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Sutarni (51 Tahun) sebagai berikut:

“Ya kalau sepi begini duduk dengan pedagang lain. Biasa saling sambut kalau hari ini sepi pengunjung atau gendu-gendu rasa. Tapi kalau rame pengunjung yang beli ya berbagi. Nanti mendoan biar dibuatkan yang lain. Saya yang melayani bakso atau mie ayamnya gitu”

(Wawancara pada 24 Mei 2021)

Dari pernyataan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya lokasi berdagang dijadikan satu membuat para pedagang memiliki tingkat solidaritas yang tinggi, yaitu pedagang bisa saling berbagi keluh kesah dengan pedagang lain selain itu juga pedagang berbagi jenis pesanan pelanggan yang datang ke pedagang lain.

SIMPULAN

Proses relokasi pedagang Objek Wisata Golaga terdapat tiga tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Proses relokasi memiliki beberapa kendala seperti anggaran yang belum memadai serta terjadinya perdebatan saat proses relokasi baik antar pedagang maupun pedagang dengan pihak Perumda Owabong. Adanya relokasi pedagang membuat pedagang harus beradaptasi dengan lokasi tempat berjualan yang baru. Kondisi lingkungan serta sosial pedagang tentu mengalami perbedaan dari sebelumnya. Namun ada beberapa cara adaptasi yang dilakukan pedagang setelah relokasi di lokasi yang baru yaitu dengan cara menata dagangan, membuat banner dan menawarkan barang dagangan dengan suara lantang. Relokasi menimbulkan dampak ekonomi bagi pedagang dikarenakan pedagang mengalami penurunan pendapatan serta kerugian materi. Meskipun dampak sosial juga terjadi seperti muncul konflik namun adanya hal tersebut menumbuhkan rasa solidaritas antar pedagang yang diwadahi suatu paguyuban pedagang Golaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2017. Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Agung, Deby Prasetyo dan Atika Wijaya. 2019. Peran Paguyuban Duta Wisata “Sekargading” dalam Mengembangkan Pariwisata di Kabupaten Batang. *Jurnal of Sociology, Education and Development*. Vol. 1, No. 1. Hal. 60-70.
- Aotama, R.C dan Deave, R.H.K. 2021. Dampak Sosial Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kawasan Wisata Kuliner Kota Tomohon. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*. Vol. 18, No.1. Hal. 1-9.
- Asiah, Nur., dkk. 2020. The Socio-Economic Impacts After Relocation of Pasar Panjang Traders to the Wua-wua Central Market Kendari City. *Indonesian Journal of Social and Environmental Issues (IJSEI)*. Vol. 1. No. 1. Hal. 27-32.
- Diharjo, Sutikno dan Nurahma Tresani. 2018. Hubungan Perubahan Sosial Ekonomi Penghuni dengan Perubahan Lokasi dan Karakteristik Hunian (Studi Kasus Rusunawa PLGB). *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*. Vol. 2, No. 1. Hal. 7-13.
- Handoyo, Eko dan Nur, R.W. 2015. Relocation as Empowerment: Response, Welfare, and Life Quality of Street Vendors After Relocation. *Journal Komunitas*. Vol. 7, No.1. Hal 31-43.
- Hofifah, Siti. 2020. Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. Vol. 3, No. 2. Hal. 37-44.
- Junaidi. M., dkk. 2018. Dampak Relokasi Pasar Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Tente Kecamatan Woha Kabupaten Bima. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*. Vol. 6, No.1. Hal. 1-10.
- Kusumaningrum, M. E., dkk. 2020. Sustainable Development Issue in The Relocation Policy at Peterongan Market, Semarang City. *Journal of Environmental Science and Sustainable Development*, 3 (1): 71-96.
- Marsela, A. Selin dan Atika Wijaya. 2020. Dampak Pengembangan Objek Wisata Goa Kreo Bagi Kesejahteraan Masyarakat di Kelurahan Kandri, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. *Jurnal Solidarity*. Vol. 9, No.1. Hal. 848-856.
- Musrifah, S., dkk. 2017. Dinamika dan Konflik dalam Proses Relokasi Pedagang Pasar Ngabul Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara. *Jurnal Solidarity*. Vol. 6, No. 1. Hal. 1-12.
- Ningrum, E. N. S., dan Pambudi, H. 2021. Modal Sosial Sebagai Strategi Pedagang dalam Memperoleh Lapak Pasca Relokasi Pasar Wage Baru Nganjuk. *Jurnal Paradigma*. Vol. 10, No. 1. Hal. 1-22.
- Purnomo, Kardianto Indra. 2019. Menata Dagangan untuk Toko Kecil. *Jurnal E-Bis*. Vol. 3, No.2.
- Purnomo, R. A. 2016. Dampak Relokasi Terhadap Lingkungan Sosial Pedagang Kaki Lima Di Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto. *Ekuilibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*. Vol. 11, No. 1.
- Raho Bernard, SVD. 2007. Teori Sosiologi Modern. Prestasi pustaka Raya: Jakarta Indonesia.
- Saputro, Nurul Hadiyanto. 2012. Skripsi. Eksistensi Pedagang Pasar Klithikan Notoharjo. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret.
- Setiaji, K. dan Ana, L. F. 2018. Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*. Vol. 6, NO. 1. Hal. 1-14.
- Suharno. 2013. Dasar-dasar Kebijakan Publik. Yogyakarta: UNY Press.
- Sukmayeti, Evi. 2018. Diversion and Transformation of Policy Resources (Social Audit Study on Implementation of Masbagik Traditional Market Relocation). *Journal of Governance and Public Policy*, 5(1): 1-20

- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tualeka, M.W.N. 2017. Teori Konflik Sosiologi Klasik dan Modern. Jurnal Al-Hikmah. Vol. 3, No. 1. Hal. 32-48.
- Wahyudi. 2021. Teori Konflik dan Penerapannya Pada Ilmu-Ilmu Sosial. Malang: UMMPress.
- Zamri, Rahmi Utami. 2017. Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.