

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori yang menjadi dasar dalam penelitian ini. Uraian berikut akan membantu untuk memahami gambaran topik dan permasalahan yang ada. Penelitian ini berusaha memberikan gambaran mengenai profil pasar, dampak relokasi terhadap kondisi sosial pedagang pasar tradisional, serta permasalahan yang sering dihadapi oleh pedagang PASTY di Jalan Bantul Kota Yogyakarta dalam menjalankan usahanya.

2.1. Pasar

Secara umum, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dengan pembeli. Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, *plasa*, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya (Ayuningsasi dan Paramita, 2013).

2.1.1. Pasar Modern dan Tradisional

Berdasarkan Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 menyatakan bahwa Dalam Perpres tersebut juga disebutkan bahwa toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran dengan bentuk *minimarket*, *supermarket*, atau *department store*. Dari sisi kelembagaan, perbedaan karakteristik pengelolaan pasar modern dan pasar

tradisional nampak dari lembaga pengelolanya. Pada pasar tradisional, kelembagaan pengelola umumnya ditangani oleh Dinas Pasar yang merupakan bagian dari sistem birokrasi. Sementara pasar modern, umumnya dikelola oleh profesional dengan pendekatan bisnis. Selain itu, sistem pengelolaan pasar tradisional umumnya terdesentralisasi di mana setiap pedagang mengatur sistem bisnisnya masing-masing. Pada pasar modern, sistem pengelolaan lebih terpusat yang memungkinkan pengelola induk dapat mengatur standar pengelolaan bisnisnya (Ayuningsasi, 2013).

Menurut Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2009 tentang pasar menyatakan bahwa pasar tradisional adalah lahan dengan batas-batas tertentu yang ditetapkan oleh Walikota dengan atau tanpa bangunan yang dipergunakan untuk tempat berjual beli barang dan atau jasa yang meliputi kios, los dan lapak. Berikut merupakan pengertian dari beberapa macam tempat berjual beli yang berada di pasar.

- 1) Kios adalah lahan dasaran berbentuk bangunan tetap, beratap dan dipisahkan dengan dinding pemisah mulai dari lantai sampai dengan langit-langit serta dilengkapi dengan pintu.
- 2) Los adalah lahan dasaran berbentuk bangunan tetap, beratap tanpa dinding yang penggunaannya terbagi dalam petak-petak.
- 3) Lapak adalah tempat dasaran yang ditempatkan di luar kios dan luar los.

Menurut Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2009 Pasal 3, menyatakan bahwa pasar berfungsi sebagai tempat pelayanan masyarakat dalam melakukan kegiatan jual beli barang dan atau jasa. Pada umumnya sebuah

pasar berada di sebuah kawasan, kawasan tersebut merupakan lahan di luar pasar dengan batas-batas tertentu yang menerima atau mendapatkan dampak keramaian dari keberadaan pasar.

Menurut Damsar (2007:101) istilah pasar dalam kajian sosiologi ekonomi diartikan sebagai salah satu lembaga paling penting dalam institusi ekonomi yang menggerakkan dinamika kehidupan ekonomi, berfungsinya pasar tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang. Aspek yang tidak kalah menarik dalam pasar tradisional adalah aspek ruang dan waktu serta tawar-menawar yang terjadi di pasar. Ada beberapa aktor ekonomi yang berperan dalam pasar modern maupun tradisional yaitu :

a. Pembeli

Menurut Damsar (2007: 103) ada beberapa tipe pembeli yaitu:

- 1) Pengunjung yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu barang atau jasa. Mereka adalah orang-orang yang menghabiskan waktu luangnya di lokasi pasar.
- 2) Pembeli yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli suatu barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan kemana akan membeli.
- 3) Pelanggan yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud membeli sesuatu barang atau jasa dan punya arah tujuan yang pasti kemana akan membeli. Seseorang yang menjadi pembeli tetap dari seorang penjual tidak terjadi secara kebetulan, tetapi melalui proses interaksi sosial. Tawar-

menawar antara penjual dan pelanggan dapat dikatakan jarang terjadi, karena penjual telah menetapkan harga yang keuntungannya mendekati batas margin.

b. Pedagang

Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Sosiologi ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan studi sosiologi ekonomi tentang pedagang yang telah dilakukan oleh Geertz dalam Damsar (2007: 107) dapat disimpulkan bahwa pedagang dibagi atas :

- 1) Pedagang profesional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
- 2) Pedagang semi profesional adalah pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang, tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga. Derajat tambahan tersebut berbeda pada setiap orang dan masyarakat.
- 3) Pedagang subsistensi merupakan pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas substensi untuk memenuhi ekonomi rumah tangga.
- 4) Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang.

Pedagang jenis ini tidak mengharapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh uang, malahan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

Metode pelayanan yang digunakan di pasar tradisional adalah tawar-menawar dimana harga terbentuk melalui kesepakatan antara penjual dan pembeli. Sebagian besar tempat berjualan yang ditempati oleh pedagang di Pasar PASTY berbentuk kios dan los yang terdiri dari berbagai macam ukuran. Di dalam Pasar PASTY terdapat ke empat jenis pedagang seperti yang telah dipaparkan diatas yaitu meliputi pedagang profesional, semi profesional, subsistensi serta pedagang semu.

2.2 Pendapatan

Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan yang diterima adalah dalam bentuk uang, dimana uang adalah merupakan alat pembayaran atau alat pertukaran (Samuelson dan Nordhaus, 1997 : 36). Pendapatan juga di definisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun), pendapatan terdiri dari upah, atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti : sewa, bunga dan deviden serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran”. (Samuelson dan Nordhaus, 1997 : 258).

Menurut Lipsey pendapatan terbagi dua macam, yaitu :

- 1) Pendapatan perorangan.
- 2) Pendapatan *disposable*

Pendapatan perorangan adalah pendapatan yang dihasilkan oleh atau dibayarkan kepada perorangan sebelum dikurangi dengan pajak penghasilan perorangan. Sebagian dari pendapatan perorangan dibayarkan untuk pajak, sebagian ditabung oleh rumah tangga yaitu pendapatan perorangan dikurangi dengan pajak penghasilan. Sedangkan pendapatan *disposable* merupakan jumlah pendapatan saat ini yang dapat di belanjakan atau ditabung oleh rumah tangga, yaitu pendapatan perorangan dikurangi dengan pajak penghasilan (Lipsey, 1997 : 40).

Menurut Gilarso pendapatan atau penghasilan adalah sebagai balas karya. Pendapatan sebagai balas karya terbagi dalam enam kategori, yaitu :

- 1) Upah atau gaji adalah balas jasa untuk pekerjaan yang dilaksanakan dalam hubungan kerja dengan orang atau instansi lain (sebagai karyawan yang dibayar).
- 2) Laba usaha sendiri adalah balas karya untuk pekerjaan yang dilakukan sebagai pengusaha, yaitu mengorganisir produksi, mengambil keputusan tentang kombinasi faktor produksi serta menanggung resikonya sendiri entah sebagai petani, buruh, maupun pedagang dan sebagainya.
- 3) Laba Perusahaan (Perseroan) adalah laba yang diterima atau diperoleh perusahaan yang berbentuk atau badan hukum.

- 4) Sewa adalah jasa yang diterima oleh pemilik atas penggunaan hartanya seperti tanah, rumah atau barang-barang tahan lama.
- 5) Penghasilan campuran (*Mixed Income*) adalah penghasilan yang diperoleh dari usaha seperti : petani, tukang, warungan, pengusaha kecil, dan sebagainya disebut bukan laba, melainkan terdiri dari berbagai kombinasi unsur-unsur pendapatan :
 - a) Sebagian merupakan upah untuk tenaga kerja sendiri.
 - b) Sebagian berupa sewa untuk tanah/ alat produksi yang dimiliki sendiri.
 - c) Sebagian merupakan bunga atas modalnya sendiri.
 - d) Sisanya berupa laba untuk usaha sendiri.
- 6) Bunga adalah balas jasa untuk pemakaian faktor produksi uang. Besarnya balas jasa ini biasanya dihitung sebagai persen (%) dari modal dan disebut tingkat atau dasar bunga (*rate off*) (Gilarso, 1998: 380).

Pass dan Lowes, berpendapat bahwa pendapatan adalah uang yang diterima oleh seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji (*wages*) upah, (*salary*) sewa (*rent*), bunga, (*interest*), laba, (*profit*), dan lain sebagainya bersama-sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun, dan lain sebagainya (Pass dan Lowes, 1994:287).

2.3 Teori Lokasi

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan

berbagai macam usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Lokasi berbagai kegiatan seperti rumah tangga, pertokoan, pabrik, pertanian, pertambangan, sekolah dan tempat ibadah tidaklah asal saja atau acak berada di lokasi tersebut, melainkan menunjukkan pola dan susunan yang dapat diselidiki dan dapat dimengerti (Tarigan, 2005:122).

Relokasi yang dilakukan Pemerintah Kota Yogyakarta terhadap Pasar Ngasem ke Pasar PASTY juga didasarkan pada pertimbangan Teori Lokasi, dimana menurut Weber dalam pemilihan suatu lokasi didasarkan pada tiga faktor yaitu transportasi, upah tenaga kerja, dan kekuatan aglomerasi atau deglomerasi. Weber menyatakan bahwa tempat dimana total biaya transportasi dan tenaga kerja yang minimum adalah identik dengan tingkat keuntungan yang maksimum. Menurut Isard dalam Tarigan (2005), masalah lokasi merupakan penyeimbang antara biaya dengan pendapatan yang dihadapkan pada suatu situasi ketidakpastian yang berbeda-beda. Keuntungan relatif dari lokasi dapat sangat dipengaruhi pada tiap waktu oleh faktor dasar :

- a) Biaya input atau bahan baku
- b) Biaya transportasi
- c) Keuntungan aglomerasi

Diantara berbagai biaya diatas, jarak dan aksesibilitas tampaknya merupakan pilihan terpenting dalam konteks tata ruang. Jadi, Isard menekankan pada faktor-faktor jarak, aksesibilitas, dan keuntungan aglomerasi sebagai hal utama dalam pengambilan keputusan lokasi. Relokasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta terhadap para pedagang satwa di Pasar Ngasem ke

PASTY memiliki tujuan untuk memusatkan kegiatan perdagangan khususnya komoditas tanaman dan satwa pada satu lokasi yang strategis dan berada tidak jauh dari pusat kota. Sehingga faktor jarak tidak membawa kerugian bagi para pedagang dan lokasi yang strategis akan meningkatkan kunjungan pembeli di PASTY.

2.4 Relokasi

Relokasi merupakan pemindahan suatu tempat ke tempat yang baru. Relokasi adalah salah satu wujud dari kebijakan pemerintah daerah yang termasuk dalam kegiatan revitalisasi. Revitalisasi dalam Kamus Bahasa Besar Indonesia (KBBI) berarti proses, cara, dan perbuatan menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya kurang terberdaya. Salah satu cara merevitalisasi atau membangun pasar tradisional yang baru adalah menciptakan pasar tradisional dengan berbagai fungsi, seperti tempat bersantai dan rekreasi bersama dengan keluarga.

2.5 Dampak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dampak merupakan benturan, pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik negatif maupun positif). Dampak juga dapat diartikan sebagai benturan yang cukup hebat antara dua benda sehingga menyebabkan perubahan yang berarti dalam momentum sistem yang mengalami benturan itu. Dilihat dari sisi ekonomi, dampak berarti

bahwa pengaruh suatu penyelenggaraan kegiatan terhadap perekonomian (KBBI Online, 2014).

2.5.1 Dampak Sosial Ekonomi

Pengertian sosial ekonomi jarang dibahas secara bersamaan. Pengertian sosial dan pengertian ekonomi sering dibahas secara terpisah. Pengertian sosial dalam ilmu sosial merujuk pada objek yakni masyarakat sedangkan pada deperteman sosial merujuk pada kegiatan yang ditunjukkan untuk mengatasi persosalan yang di hadapi oleh masyarakat dalam bidang kesejahteraan yang ruang lingkup pekarjaan terkait dengan kesejahteraan sosial. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kata sosial berarti segala sesuatu yang berkaitan dengan masyarakat. Sedangkan secara garis besar ekonomi dapat diartikan sebagai peraturan rumah tangga atau menejemen rumah tangga. Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa sosial ekonomi merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan yang ada di masyarakat atau yang lebih umumnya terkait dengan kesejahteraan masyarakat (Zunaidi, 2013).

Dampak sosial ekonomi dapat dilihat dari sisi positif dan negatif sehingga dapat lebih berimbang dalam memberikan penilaian. Beberapa hal yang bersifat positif yaitu meningkatnya kelayakan dan kenyamanan usaha, terbukanya kesempatan kerja, perubahan status menjadi pedagang legal. Dampak negatif yaitu menurunnya pendapatan, meningkatnya biaya operasional,

melemahnya jaringan sosial, dan menurunnya kesempatan pedagang untuk ikut dalam kelompok-kelompok sosial non formal (Sinaga, 2004: 134).

Teori Weber mengemukakan bahwa tindakan ekonomi dapat dipandang sebagai tindakan sosial selama tindakan tersebut memperhatikan tingkah laku orang lain. Sebab secara umum, di kalangan pedagang pasar tradisional terdapat interaksi sosial, hubungan sosial dan jaringan yang dibangun untuk menopang usaha mereka (Heriyanto, 2012). Dalam rangka menguatkan teori tersebut serta membedakan dari penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini dampak sosial ekonomi relokasi pedagang pasar tradisional Pasar Ngasem meliputi beberapa hal yaitu hubungan sosial antar pedagang, kelayakan dan kenyamanan usaha serta pendapatan pedagang pasar yang saat ini telah direlokasi di PASTY.

2.6 Studi Terkait

Sri Susilo dan Krisnadewara (2010), melakukan studi tentang Dampak Keberadaan Supermarket Terhadap Pedagang Ritel Pasar Tradisional, meneliti tentang dampak keberadaan supermarket terhadap usaha ritel pasar tradisional. Penelitian ini menggunakan studi kasus dampak keberadaan supermarket “X” terhadap pasar tradisional”Y” di Jl. Sultan Agung, Kota Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini meliputi pedagang ritel di pasar tradisional. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik dengan uji t untuk dua sampel yang berpasangan (*Paired*). Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa keberadaan supermarket “X” berdampak negatif terhadap pedagang ritel di pasar tradisional “Y” di Jl. Sultan Agung Yogyakarta. Dampak negatif

tersebut meliputi penurunan rata-rata omset penjualan sebagian besar pedagang ritel yang menjadi responden.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Bahtiar (2011) dengan judul “Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan Dengan Retail Modern dan Preferensi Konsumen (Studi Kasus Pada Pasar Legi Kota Blitar)”, meneliti tentang fenomena sosial yang ada di pasar tradisional Kota Blitar dengan keberadaan retail-retail modern. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana data diperoleh dari wawancara mendalam terhadap pedagang di Pasar Legi Kota Blitar, dapat disimpulkan bahwa para pedagang dipasar tradisional memiliki strategi bersaing dengan retail modern yang ada diantaranya dengan persaingan harga, mutu pelayanan dan barang dagangan yang diperjual belikan hampir sama dengan retail modern.

Penelitian yang dilakukan Izza (2010) dengan judul “Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pengaruh Pasar Ambarukmo Plaza terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Desa Caturtunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta)”, meneliti tentang pengaruh adanya pasar modern (Amplaz) terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional Desa Caturtunggal di Nologaten Caturtunggal Depok Sleman Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif dimana data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang ditimbulkan pasar modern bermacam-macam terhadap

pendapatan pedagang tradisional, ada yang mengalami kenaikan dan ada pula yang mengalami penurunan.

Heriyanto (2012) melakukan studi mengenai Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang yang meneliti tentang seberapa besar dampak sosial ekonomi dari relokasi pedagang kaki lima di Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang. Lokasi penelitian ini adalah Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang. Responden dalam penelitian ini adalah 210 pedagang kaki lima yang berada di lokasi penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah analisis inferensial yang dimaksudkan untuk membandingkan pendapatan pedagang kaki lima sebelum dan sesudah adanya relokasi di Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang dan analisis deskriptif persentase digunakan untuk mengetahui hubungan sosial antar pedagang, kelayakan dan kenyamanan usaha serta kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima setelah adanya relokasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak sosial ekonomi dari relokasi pedagang kaki lima di kawasan simpang lima dan jalan pahlawan adalah berdampak positif karena dapat meningkatkan kemungkinan dan ketepatan waktu usaha dan dapat meningkatkan pendapatan pedagang kaki lima.

Susilo (2010) melakukan studi tentang Dampak Operasi Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekalongan. Lokasi penelitian mencakup beberapa pasar yang berada di Sri Ratu Mega Center atau Carrefour. Responden dalam penelitian ini meliputi para pedagang pasar tradisional. Alat analisis yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif

yaitu dengan metode statistik (*Paired Sample Test*). Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kehadiran pasar modern di Kota Pekalongan hanya 26% yang mempengaruhi pendapatan pedagang tradisional.

Penelitian yang dilakukan Suryadharma *et al.*, (2007) dengan judul “Dampak Supermarket Terhadap Pasar dan Pedagang Tradisional di Daerah Perkotaan”, mengambil lokasi penelitian di beberapa pasar yang berada di Depok dan Bandung. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar tradisional dan pihak-pihak terkait. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan metode *difference in difference* (DiD) dan metode ekonometrik. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa supermarket memberi dampak negatif terhadap pedagang ritel di pasar tradisional dan dari hasil pengolahan data diperoleh kesimpulan bahwa supermarket secara statistik hanya berdampak pada pasar tradisional melalui jumlah karyawan yang bekerja.

Tabel 2.1 Studi Terkait

No	Nama Penulis	Judul	Metode	Hasil
1	Y. Sri Susilo dan P. Didit Krisnadewara (2010)	Dampak Keberadaan Supermarket terhadap Ritel Pasar Tradisional	Deskriptif Kuantitatif	Keberadaan supermarket “X” berdampak negatif terhadap pedagang ritel di pasar tradisional “Y” di Jl. Sultan Agung Yogyakarta

2	Yenika Sri Rahayu dan Bahtiar Fitanto (2011)	Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan Dengan Retail Modern dan Preferensi Konsumen (Studi Kasus Pada Pasar Legi Kota Blitar)	Deskriptif Kualitatif	Pedagang dipasar tradisional memiliki strategi bersaing dengan retail modern, diantaranya dengan persaingan harga, mutu pelayanan dan barang dagangan yang di perjualbelikan hampir sama dengan retail modern.
3	Nahdliyyul Izza (2010)	Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pengaruh Pasar Ambarukmo Plaza terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Desa Caturtunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta)	Deskriptif Kualitatif	Pengaruh yang ditimbulkan pasar modern bermacam-macam terhadap pendapatan pedagang tradisional, ada yang mengalami kenaikan dan ada pula yang mengalami penurunan.
4	Aji Wahyu Heriyanto (2012)	Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang	Deskriptif Kuantitatif	Relokasi berdampak positif karena dapat meningkatkan kemungkinan dan ketepatan waktu usaha dan dapat meningkatkan pendapatan pedagang kaki lima
5	Dwi Susilo (2010)	Dampak Operasi Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekalongan	Deskriptif Kuantitatif	Kehadiran pasar modern di Kota Pekalongan hanya 26% yang mempengaruhi pendapatan pedagang tradisional

6	D.Suryadarma, <i>et al</i> (2007)	Dampak Supermarket Terhadap Pasar dan Pedagang Tradisional di Daerah Perkotaan	Deskriptif Kuantitatif	Supermarket secara statistik hanya berdampak pada pasar tradisional melalui jumlah karyawan yang bekerja
---	--------------------------------------	---	---------------------------	--

