

Dampak Pembangunan *Icon Bali Mall* Terhadap Aspek Sosial Ekonomi Pedagang di Kawasan Pariwisata Sanur, Desa Adat Intaran, Kota Denpasar, Bali

Ni Komang Ayu Martiningsih^{a,1}, I Putu Anom^{a,2}, Ida Bagus Suryawan^{a,3}

¹nkmayumartiningsih@gmail.com, ²putuanom@unud.ac.id, ³idabagussuryawan@unud.ac.id

^a Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri Ratu Mahendradatta, Jimbaran, Bali 80361 Indonesia

Abstract

This study aims to analyze the impact of the Icon Bali Mall development on the socio-economic aspects of traders in the Sanur Tourism Area, Intaran Customary Village, Denpasar City. The research employs a mixed methods approach with a sequential explanatory design, combining quantitative and qualitative data. Quantitative data were obtained through questionnaires distributed to 30 traders at Pasar Pantai Sindhu, while qualitative data were collected via interviews, observations, documentation, and literature review. Purposive sampling was used to select study respondents. Quantitative data analysis was conducted using the Likert Scale and processed with SPSS software, while qualitative data were analyzed descriptively.

The results indicate that community responses to the Icon Bali Mall development are dominated by euphoria (mean score 2.98), reflecting positive acceptance, albeit entering the annoyance stage (score 2.67) due to traffic congestion and noise disturbances. The community acknowledges increased income and economic activities in the mall's surrounding area, although the acceleration of local employment opportunities is perceived as suboptimal. The mall also positively contributes to local entrepreneurs, especially small businesses and traditional markets nearby. The community has not experienced significant increases in living costs or criminality, and cultural values remain preserved despite environmental challenges. Overall, Icon Bali Mall is well received and considered capable of providing positive social and economic contributions, although there still needs to be strategies to manage negative impacts so that its benefits can be felt more maximally by the local community.

Keyword: Impact of Development, Socio-Economic Aspects, Traders' Response, Icon Bali Mall, Intaran Traditional Village.

I. PENDAHULUAN

Dampak dari sektor pariwisata dapat memberikan keuntungan serta kerugian bagi masyarakat. Dampak terbesar terjadi pada aspek ekonomi, sosial budaya dan lingkungan di wilayah yang akan mengalami pengembangan pariwisata (Pitana dan Gayatri, 2005). Perkembangan sektor pariwisata di Bali telah mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Salah satu lokasi yang mengalami kemajuan pesat dalam pariwisata adalah Sanur.

Sanur adalah salah satu ikon wisata di Bali yang telah lama dikenal dan ramai dikunjungi sejak tahun 1930-an. Terdapat beberapa daya tarik wisata di sekitar kawasan pariwisata Sanur seperti pantai, pasar dan yang baru saat ini yaitu *Icon Bali Mall*. Dikutip dari website resmi *Icon Bali Mall* yang baru dibuka pada 7 Juni 2024, digadang-gadang menjadi salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Asia Tenggara.

Pembangunan dan operasional *Icon Bali Mall* diharapkan dapat meningkatkan pariwisata dan peluang kerja bagi masyarakat lokal. Terdapat perpaduan unsur budaya yang dapat memperkuat orisinalitas Bali mulai dari sejarah, budaya, tradisi, hingga kerajinan tangan yang menjadi ciri khas Bali. Bersumber dari harianhaluan.com, Wali Kota Denpasar, I Gusti Ngurah Jaya Negara, mengharapkan bahwa keberadaan *Icon Bali Mall* dapat memberikan peluang kerja bagi anak-anak muda Bali di daerah sekitar.

Namun, disisi lain pembangunan pusat

perbelanjaan ini menimbulkan dampak kemacetan lalu lintas dan menjadi persoalan di kalangan masyarakat. Kemacetan yang terjadi diakibatkan karena banyaknya masyarakat dan wisatawan yang ingin berkunjung ke *mall* yang disebut menjadi salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Asia Tenggara. Kemacetan yang terjadi sampai ke perempatan *McDonalds* Sanur. Mengutip dari Detik Bali pada Sabtu 8 Juni 2024, arus lalu lintas tersendat setiap ada kendaraan keluar dan masuk gedung *Icon Bali Mall*. Dampak lainnya yang terjadi yaitu dari segi ekonomi yaitu terdapat UMKM lokal Bali yang membuka usahanya di *Icon Bali Mall* seperti Krisna Oleh-Oleh Bali, Kahyangan *Jewelry*, *Sensatia Botanicals* dan lain-lain.

Mengutip dari website nusabali.com, rata-rata jumlah kunjungan 29.000 orang per hari yang menjadi simbol baru perkembangan Sanur sebagai destinasi wisata global. Berada di Kawasan Pariwisata Sanur Mall ini menargetkan wisatawan dan masyarakat lokal sebagai pengunjung. Berdasarkan hasil observasi pada Senin, 16 September 2024, wisatawan mancanegara mendominasi kunjungan ke *Icon Bali Mall* selain itu, beberapa wisatawan domestik juga tampak berbelanja di toko-toko lokal sekitar setelah mengunjungi mall, yang menunjukkan adanya perubahan pola.

Urgensi pada penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai dampak pembangunan *Icon Bali Mall*

terhadap aspek sosial dan ekonomi di kawasan pariwisata Sanur, khususnya di Desa Adat Intaran, Kota Denpasar, Bali. *Icon Bali Mall* sebagai salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Asia Tenggara tidak hanya menjadi daya tarik wisata baru, tetapi juga membawa konsekuensi langsung terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat sekitar, seperti perubahan pola konsumsi, peluang kerja, kemacetan serta potensi pergeseran fungsi ruang publik. Penelitian ini penting sebagai dasar evaluasi dan masukan bagi pemerintah daerah, pelaku usaha dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan berpihak pada kepentingan masyarakat lokal.

Dari kondisi tersebut, pembangunan *Icon Bali Mall* di kawasan Pariwisata Sanur menjadi sebuah tantangan untuk kondisi sosial ekonomi pedagang. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan mengenai dampak sosial ekonomi yang ditimbulkan oleh pembangunan *Icon Bali Mall* terhadap masyarakat lokal.

II. METODE PENELITIAN

Kawasan Pariwisata sanur adalah salah satu wilayah unggulan destinasi wisata di Kota Denpasar yang telah terkenal secara nasional maupun internasional sejak awal abad ke-20 an. Sanur dikenal sebagai pionir perkembangan pariwisata di Bali, yang mulai berkembang sejak tahun 1930-an, dan secara resmi ditetapkan oleh Pemerintah Provinsi Bali sebagai salah satu dari enam kawasan pariwisata utama pada tahun 1990. Sanur terletak di bagian tenggara Pulau Bali dan memiliki garis pantai yang membentang sepanjang kurang lebih 8 kilometer, salah satunya adalah Pantai Sindhu yang sangat terkenal dengan keindahan matahari terbitnya. Selain itu, Sanur juga memiliki daya tarik budaya yang kuat, dengan tradisi lokal dan berbagai upacara adat yang masih lestari di tengah perkembangan modernisasi.

Kawasan Sanur tidak hanya terkenal sebagai destinasi wisata bahari dengan aktivitas seperti berenang, *snorkeling*, dan kano di sepanjang pantainya tetapi juga sebagai kawasan hunian, pusat usaha, dan tempat berkembangnya destinasi urban modern. Salah satu ciri khas Sanur adalah perpaduan harmonis antara lingkungan wisata yang tenang, budaya lokal yang kental, dan fasilitas penunjang wisata yang berkembang pesat, seperti hotel, restoran, pasar seni, dan pusat perbelanjaan.

Dengan hadirnya pusat perbelanjaan modern seperti *Icon Bali Mall* yang berdiri sejak 2024, Sanur kini mengalami transformasi yang lebih dinamis. *Icon Bali Mall* menjadi ikon baru dan magnet wisatawan karena menghadirkan ratusan tenant internasional maupun lokal serta konsep hiburan dan belanja

dalam satu kawasan, sekaligus memiliki akses langsung ke panorama Pantai Sindhu.

Perkembangan pariwisata Sanur telah membawa dampak yang luas bagi masyarakat lokal, terutama dalam aspek sosial, budaya, dan ekonomi. Munculnya peluang kerja di sektor formal dan informal, perkembangan UMKM, hingga potensi perubahan pola konsumsi dan interaksi sosial merupakan tanda dinamika kawasan ini. Namun, perkembangan pesat juga memunculkan berbagai tantangan ke depan, seperti kemacetan lalu lintas, perubahan lingkungan fisik, dan potensi pergeseran nilai budaya lokal akibat interaksi dengan wisatawan internasional dan modernisasi fasilitas.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka dan penyebaran kuesioner. Observasi dilakukan secara langsung dengan mengamati aktivitas di Kawasan Pariwisata Sanur, khususnya sekitar *Icon Bali Mall*. Pelaksanaan wawancara secara terstruktur terhadap narasumber yang dianggap mampu memberikan informasi penting, seperti pemerintah daerah, pemilik usaha, dan masyarakat lokal. Data yang dikumpulkan terkait dampak sosial ekonomi yang dirasakan pedagang di Pasar Pantai Sindhu. Pengumpulan data berupa foto dan arsip pendukung lainnya untuk memperkuat validitas hasil penelitian. Kajian literatur yang meliputi buku, jurnal, berita, serta dokumen resmi terkait budaya, nilai, dan norma sosial di kawasan penelitian sebagai dasar teori dan referensi. Penyebaran kuesioner tertulis kepada 30 pedagang di sekitar *Icon Bali Mall* untuk mendapatkan data kuantitatif mengenai dampak sosial ekonomi yang terjadi.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan pertimbangan kriteria tertentu sesuai sasaran penelitian. Informan yang dipilih adalah BUPDA Desa Adat Intaran dan pedagang di Pasar Pantai Sindhu, Kawasan Pariwisata Sanur, yang secara langsung merasakan dampak pembangunan *Icon Bali Mall*. Populasi penelitian adalah seluruh pedagang di Pasar Pantai Sindhu sebanyak 110 orang. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran dengan tingkat kepercayaan 95%, proporsi populasi 0,5, dan margin of error 10%, menghasilkan ukuran sampel awal sebanyak 96 orang. Karena populasi terbatas, ukuran sampel disesuaikan menjadi 52 orang. Selanjutnya, dari 52 sampel tersebut dipilih responden sesuai kriteria purposive sampling, yaitu pedagang yang merasakan dampak langsung. Dari 52 sampel, 30 pedagang memberikan respon valid dan lengkap yang kemudian digunakan dalam analisis data. Dengan demikian, jumlah responden akhir dalam penelitian ini adalah 30 pedagang di Pasar Pantai Sindhu.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menerapkan metode mixed methods dengan strategi eksplanatoris sekuensial, yaitu pengumpulan dan

analisis data kuantitatif terlebih dahulu yang diikuti oleh pengumpulan dan analisis data kualitatif yang dibentuk berdasarkan hasil awal kuantitatif.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data deskriptif kuantitatif. Untuk menganalisis respons pedagang terhadap pembangunan *Icon Bali Mall*, maka akan dibuat kategori pendapat dengan menggunakan metode pengukuran Skala Likert. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan alat analisis berupa program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Data yang terkumpul melalui angket akan diolah dalam bentuk kuantitatif dengan cara menetapkan skor jawaban dari pertanyaan yang telah dijawab oleh responden.

Validitas instrumen diuji dengan metode korelasi product moment menggunakan SPSS. Reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach's Alpha melalui SPSS. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,6.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Icon Bali Mall

Proyek *Icon Bali Mall* telah dimulai pembangunannya sejak tahun 2019. *Icon Bali Mall* dikelola oleh PT Grha Hatten Duasatu, sebuah unit kerja sama antara Cinema XXI, Hatten Wines dan Retail First Indonesia. *Icon Bali Mall* bertujuan untuk menjadi tempat belanja terkemuka di Bali dengan lokasi yang strategis di Pantai Sanur yang menargetkan pengunjung dari luar negeri, pengunjung lokal dan penduduk Bali. *Icon Bali Mall* menawarkan fitur menarik yang dibuat khusus untuk menarik perhatian serta memberikan hiburan bagi pengunjung dengan memberikan pengalaman belanja yang baru di Bali yang disebut *8 Wonders of Icon Bali*. Dilansir dari website *Icon Bali Mall*, *8 Wonders of Icon Bali* tersebut terdiri dari Jaje Bali *Floating Market*, *Indoor Cultural Stage & Amphitheatre*, *Immersive Vertical Forest with multimedia experience*, *Seamless Beach front Experience with seaside restaurants and a beach club*, *Beach Sunset Water & Laser Show*, *Icon Beach Gallery*, *Butterfly Park* dan *Edible Garden*. Fasilitas yang disediakan oleh *Icon Bali Mall* yaitu tempat parkir yang ramah disabilitas dengan kapasitas untuk 1.100 mobil dan 700 motor, serta area untuk parkir sepeda, tempat parkir khusus (VIP), toilet dan kamar mandi, wifi, tempat menunggu taksi, resepsionis, bank, tempat penukaran mata uang asing, panggung seni dan budaya, amphitheater, atm center, ruangan khusus untuk menyusui (*mothers room*), tempat ibadah, akses ke pantai,

Fasilitas yang disediakan oleh *Icon Bali Mall* yaitu tempat parkir yang ramah disabilitas dengan kapasitas untuk 1.100 mobil dan 700 motor, serta area untuk parkir sepeda, tempat parkir khusus (VIP), toilet dan kamar mandi, wifi, tempat menunggu

taksi, resepsionis, bank, tempat penukaran mata uang asing, panggung seni dan budaya, amphitheater, atm center, ruangan khusus untuk menyusui (*mothers room*), tempat ibadah, akses ke pantai, area jogging, fasilitas pembilas kaki dan klinik. Terdapat 5 lantai yang terdiri dari lantai pertama, lantai atas, lantai dasar, lantai pantai dan ruang bawah tanah 1.

Terdapat banyak brand internasional dan brand favorit yang lahir di Bali pada *Icon Bali Mall* seperti *Pedro*, *Tommy Hilfiger*, *Calvin Klein*, *Cap Bali*, *Krisna Oleh-Oleh* dan lainnya.

Profil Kawasan Pariwisata Sanur Desa Adat Intaran

Kawasan Wisata Sanur merupakan salah satu destinasi wisata tertua di Bali yang hingga kini perkembangannya terus berjalan dengan pesat. Sejak tahun 1959, Sanur mulai dibangun menjadi lokasi pariwisata. Aktivitas pariwisata di Sanur semakin meningkat pada tahun 1963 dengan berdirinya *Hotel Bali Beach (Inna The Grand Bali Beach)*, adalah hotel pertama yang didirikan di Bali. Proyek pengembangan Sanur sebagai destinasi wisata terus berlangsung hingga tahun 1971 yang dikenal dengan sebutan *Beach Market*.

Pada tahun 1990, pemerintah daerah Bali menetapkan enam wilayah untuk pariwisata. Melalui Keputusan Gubernur Provinsi Bali Nomor 528 tahun 1993 mengenai kawasan pariwisata yang ditetapkan sebanyak 21 kawasan dan dipertegas dengan Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 4 tahun 1996 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Bali. Salah satu dari 21 kawasan pariwisata tersebut adalah Kawasan Pariwisata Sanur. Kawasan Wisata Sanur ditetapkan melalui Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 4 tahun 1999 pada tanggal 12 April 1999, berdasarkan kriteria keindahan alam, komunitas dengan budaya yang berharga, bangunan yang memiliki nilai budaya atau sejarah, serta sarana dan prasarana yang dapat menarik minat wisatawan. Secara geografi, area wisata Sanur adalah wilayah dataran rendah yang terletak pada ketinggian berkisar antara 0 sampai 2,5 meter di atas permukaan laut. Kawasan ini mencakup satu kelurahan dan dua desa, yaitu Kelurahan Sanur, Desa Sanur Kaja, serta Desa Sanur Kauh. Dalam hal administrasi, area pariwisata Sanur berbatasan dengan beberapa desa lainnya, antara lain di sisi barat berbatasan dengan Desa Sidakarya dan Kelurahan Renon, disisi timur berbatasan dengan Selat Badung, di sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Kesiman dan Desa Petilan, dan di sisi selatan berbatasan dengan Samudera Hindia (Astina, 2017).

Desa Adat Intaran adalah salah satu desa yang terletak di Kawasan Pariwisata Sanur, Kota Denpasar. Sejarah singkat Desa Adat bermula dari I Gusti Kepandean yang menguasai Intaran dengan jumlah 44 keluarga belum memiliki Brahmana. Maka

Brahmana Mas yang tinggal di Desa Adat Beluungan, Desa Perean Kangin Tabanan dipanggil. Pada waktu itu, tempat tersebut berada di bawah kekuasaan Raja Perean yang merupakan keturunan Arya Sentong. Karena hanya ada satu keluarga dalam keluarga Brahmana Mas, Griya beliau di Beluungan menjadi tidak berpenghuni dan pemerajaannya diserahkan kepada masyarakat Desa Adat Beluungan. Sejak saat itu, Desa Adat Beluungan tidak memiliki Griya atau keluarga Brahmana, tetapi ada pemerajaan Brahmana di lokasi tersebut.

Selanjutnya, I Gusti Ngurah Kepandean menugaskan Brahmana tersebut di Delod Peken, yang terletak di sisi selatan Pasar Intaran, sehingga tempat itu hingga kini dikenal sebagai Griya Delod Peken Intaran Sanur. Kemudian, terjadi serangan dari I Gusti Abiantimbul terhadap I Gusti Kepandean di Hutan Mimba, yang diakhiri dengan keberhasilan untuk pihaknya. I Gusti Abiantimbul merupakan keturunan I Gusti Pemecutan, sementara I Gusti Kepandean berasal dari garis keturunan Arya Wang Bang Pinatih. Setelah I Gusti Kepandean dapat diturunkan, Hutan Mimba tersebut diubah menjadi kawasan pemukiman yang disebut Banjar Intaran di Desa Sanur.

Desa Adat Intaran terdiri dari 20 (dua puluh) Banjar Adat yang terletak di Kelurahan Sanur dan Desa Sanur Kauh, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar. Penduduk di Desa Adat Intaran berjumlah 3.017 keluarga atau sekitar 14.341 orang. Penyelenggaraan pemerintahan Desa Adat Intaran dipimpin oleh seorang Bendesa Adat.

Masyarakat di Desa Adat Intaran sebagian besar mata pencahariannya sebagai pekerja di industri pariwisata, pedagang, buruh dan petani. Sebelum adanya *Icon Bali Mall* kondisi lalu lintas di sepanjang Jalan Danau Tamblingan sudah lumayan macet. Kondisi Jalan Danau Tamblingan yang tidak cukup besar dan banyaknya kendaraan yang parkir di pinggir jalan menyebabkan terjadinya kemacetan, adanya *Icon Bali Mall* menyebabkan meningkatnya volume kendaraan di sekitar Jalan Danau Tamblingan. Salah satu warga yang diwawancara Nyoman Rukun menyampaikan keluhan yang mewakili situasi warga sekitar mengenai kemacetan lalu lintas yang semakin parah sejak kehadiran *Icon Bali Mall*. Ia menyebutkan bahwa "Macet pas sabtu minggu, dulu sudah macet sekarang lebih macet lagi pas sudah ada *mall* nya". Pernyataan ini mencerminkan pengalaman nyata warga yang harus menghadapi kemacetan yang meningkat terutama di akhir pekan, saat *mall* menjadi target utama kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik.

Karakteristik Responden

Penelitian ini mengumpulkan data dari 30 responden dengan kriteria yaitu responden yang merupakan pedagang di sekitar *Icon Bali Mall*

khususnya yang merupakan pedagang di Pasar Pantai Sindhu.

Karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dibagi dalam 5 kategori. Dari hasil 30 responden, terdapat dua kategori usia yang ditemukan di lapangan yaitu 43% (13 orang) untuk rentang usia lebih dari 50 tahun dan 57% (17 orang) untuk rentang usia 41-50 tahun. Hal ini terjadi karena rata-rata responden merupakan orang tua yang sudah lanjut usia dimana sudah mulai membuka usaha di Pasar Pantai Sindhu pada saat awal pasar tersebut dibuka yaitu sekitar tahun 1980-an. Responden dengan rentang usia 41-50 tahun lebih banyak merespons mengenai kemacetan dan kebisingan yang terjadi. Rata-rata responden yang berusia diatas 50 merespons dampak pembangunan *mall* yaitu meningkatkan pendapatan.

Karakteristik responden menurut jenis kelamin dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua kelompok yaitu Laki-Laki dan Perempuan. Dari hasil 30 responden lebih banyak responden perempuan yaitu 76,9% (23 orang) dibandingkan responden laki-laki yaitu 23,1% (7 orang). Rata-rata responden perempuan menjawab pembangunan *mall* meningkatkan pendapatan mereka. Responden laki-laki rata-rata menjawab keberadaan *mall* tidak terlalu meningkatkan pendapatan, namun menyetujui adanya peningkatan aktivitas wisata semenjak adanya *mall*.

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dalam penelitian ini dibagi dalam 4 kategori. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner, seluruh responden memiliki pekerjaan sebagai wirausaha. Dari hasil penyebaran kuesioner, responden yang merupakan wirausaha lebih merasakan dampak ekonomi yang dihasilkan dari pembangunan *Icon Bali Mall*. Kemacetan dan kebisingan yang terjadi setelah adanya *Icon Bali Mall* dirasakan oleh seluruh responden.

Uji Validitas

Untuk menghitung uji validitas di setiap butir pernyataan, aplikasi yang digunakan adalah SPSS (statistical Program for Social Society) versi 27. Kuesioner disebar kepada 30 responden. Jika nilai *r* hitung yang didapat menunjukkan angka lebih besar dari nilai *r* tabel yaitu sebesar 0,361 maka indikator pernyataan dapat dianggap valid, sebaliknya jika nilai *r* hitung yang didapat berada di bawah *r* tabel, yaitu sebesar 0,361, maka pernyataan tersebut dianggap tidak valid.

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Respons Pedagang dengan Teori *Irridex*

Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,444	0,361	Valid
2	0,392	0,361	Valid
3	0,519	0,361	Valid

4	0,503	0,361	Valid
5	0,626	0,361	Valid
6	0,551	0,361	Valid
7	0,595	0,361	Valid
8	0,686	0,361	Valid
9	0,569	0,361	Valid
10	0,389	0,361	Valid
11	0,495	0,361	Valid
12	0,621	0,361	Valid
13	0,672	0,361	Valid
14	0,659	0,361	Valid
15	0,654	0,361	Valid
16	0,597	0,361	Valid

(Sumber : Hasil Olah Data, 2025).

Berdasarkan hasil pengujian validitas mengenai respons pedagang dengan teori *Irridex* dapat disimpulkan bahwa di antara semua item pertanyaan yang diuji sudah valid.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Mengenai Dampak Sosial Ekonomi

Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,587	0,361	Valid
2	0,456	0,361	Valid
3	0,616	0,361	Valid
4	0,551	0,361	Valid
5	0,462	0,361	Valid
6	0,490	0,361	Valid
7	0,587	0,361	Valid
8	0,380	0,361	Valid
9	0,520	0,361	Valid
10	0,417	0,361	Valid
11	0,459	0,361	Valid

(Sumber : Hasil Olah Data, 2025).

Menurut hasil pengujian validitas yang terdapat pada Tabel 4.5, terlihat bahwa semua item pernyataan terkait dampak sosial ekonomi dianggap valid. Ini ditunjukkan oleh nilai *r* hitung untuk seluruh item yang melebihi *r* tabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan analisis statistik Cronbach Alpha melalui aplikasi SPSS. Jika angka Cronbach Alpha berada di bawah 0,6 atau bernilai negatif, maka kuesioner tersebut dianggap tidak dapat diandalkan.

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Pernyataan	Co Hitung	Co Minimal	Keterangan
1.	Respons Masyarakat	0,848	0,6	Reliabel

2.	Dampak Pembangunan <i>Mall</i> terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat	0,683	0,6	Reliabel
----	---	-------	-----	----------

(Sumber: Hasil Olah Data, 2025).

Berdasarkan pada tabel 4.3 terlihat bahwa semua pernyataan dianggap dapat dipercaya atau reliabel karena nilai Cronbach Alpha melebihi 0,6.

Respons Pedagang terhadap pembangunan *Icon Bali Mall*

Hasil mengenai respons masyarakat terhadap pembangunan *Icon Bali Mall* di kawasan Pariwisata Sanur, Desa Adat Intaran, Kota Denpasar diperoleh melalui pengisian kuesioner dan wawancara kepada pedagang di Pasar Pantai Sindhu.

Tabel 3.4 Rekapitulasi Jawaban Teori *Irridex* (*Euphoria*)

Tahapan									
No.	Pernyataan	Skala Likert					Skor	Rata-Rata	Keterangan
		1	2	3	4	5			
EUPHORIA									
1.	Kehadiran <i>Icon Bali Mall</i> memberikan harapan baru bagi perkembangan ekonomi di daerah ini			13	17		107	3,56	Setuju
2.	Saya merasa senang dengan adanya <i>Icon Bali Mall</i> karena menyediakan lebih banyak pilihan belanja			7	22	1	114	3,8	Setuju
3.	Pembangunan <i>Icon Bali Mall</i> meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar		6	18	5	1	91	3,03	Cukup Setuju
4.	Kehadiran <i>Icon Bali Mall</i> tidak berpengaruh dalam meningkatkan jumlah wisatawan	17	9	4			47	1,56	Sangat Tidak Setuju
Total								11,95	Netral/Cukup
Rata-Rata								2,98	Setuju

(Sumber : Hasil Olah Data, 2025).

Dari hasil kuesioner menunjukkan pada tahap *euphoria* masyarakat menunjukkan sikap positif terhadap pembangunan *Icon Bali Mall*. Dengan rata-rata skor 2,98 (Netral/Cukup setuju) mayoritas responden tidak terlalu melihat pembangunan *mall* sebagai peluang ekonomi dan peningkatan kualitas hidup. Mayoritas responden setuju *mall* memberikan harapan baru bagi perkembangan ekonomi (dengan rata-rata 3,56). Pernyataan ini mengindikasikan bahwa masyarakat menilai *mall* tidak sekedar sebagai pusat perbelanjaan modern, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi lokal. Harapan ekonomi yang muncul yaitu meningkatkan peluang usaha dan

peningkatan daya tarik wisata. Dengan banyaknya tenant dan toko-toko yang ada di *Icon Bali Mall*, masyarakat senang dengan banyaknya pilihan belanja (dengan rata-rata 3,8). *Mall* ini menghadirkan berbagai merek ternama, produk lokal, serta pusat hiburan dan kuliner yang lengkap, sehingga pengunjung dapat memenuhi berbagai kebutuhan dalam satu tempat. Masyarakat cukup setuju dengan pernyataan pembangunan *mall* meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar (3,03) dimana berdasarkan wawancara dengan David selaku pedagang souvenir seperti kacamata dan jam pendapatannya bertambah 5% setelah adanya *Icon Bali Mall*. Kehadiran *Icon Bali Mall* yang ramai dikunjungi wisatawan domestik maupun mancanegara memberikan peluang ekonomi yang lebih luas bagi pelaku usaha lokal seperti David. Selain membuka ruang bagi pertumbuhan bisnis usaha kecil, *mall* ini juga turut mendongkrak aktivitas ekonomi di kawasan Sanur, sehingga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar. Dengan adanya peningkatan pendapatan tersebut, warga merasakan perubahan positif dalam kualitas hidup mereka, di mana aspek ekonomi yang membaik juga mendorong perbaikan standar hidup dan kesejahteraan sosial. Masyarakat sangat tidak setuju bahwa kehadiran *mall* tidak berpengaruh dalam meningkatkan jumlah wisatawan (skor 1,56). Berdasarkan wawancara bersama salah satu pedagang lukisan di Pasar Pantai Sindhuh, Gede Sukanada mengatakan bahwa dengan adanya *Icon Bali Mall* daya tarik wisata di Sanur bertambah sehingga wisatawan memiliki pilihan tempat baru untuk dikunjungi. Menurut beliau, *mall* ini membuka pilihan baru bagi wisatawan untuk dikunjungi, sehingga menjadikan Sanur semakin diminati sebagai destinasi wisata yang menawarkan perpaduan antara budaya lokal dan pusat perbelanjaan modern. *Icon Bali Mall* sebagai destinasi baru menghadirkan berbagai fasilitas yang lengkap mulai dari toko-toko dengan brand internasional hingga hiburan dan kuliner, yang secara signifikan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Tabel 3.5 Rekapitulasi Jawaban Teori *Irridex* (*Apathy*)

Tahapan									
No.	Pernyataan	Skala Likert					Skor	Rata-Rata	Keterangan
		1	2	3	4	5			
APATHY									
1.	Kehadiran <i>Icon Bali Mall</i> sudah menjadi hal yang biasa dan tidak mempengaruhi kehidupan sehari-hari saya		22	7	1		69	2,3	Setuju
2.	Saya merasa bahwa hubungan antara masyarakat dan pengunjung <i>mall</i> bersifat komersial semata	2	21	6	1		72	2,4	Setuju
3.	Saya tidak merasa perlu untuk terlibat dalam kegiatan yang berhubungan dengan <i>Icon Bali Mall</i> .		11	18	1		66	2,2	Cukup Setuju
4.	Kehadiran <i>Icon Bali Mall</i> tidak mempengaruhi interaksi sosial di lingkungan		11	18	1		80	2,6	Sangat Tidak Setuju
Total								9,5	Tidak setuju
Rata-Rata								2,37	

(Sumber : Hasil Olah Data, 2025).

Pada tahap *apathy* masyarakat mulai merasa biasa saja dan tidak terlalu terpengaruh dengan adanya *mall*. Mayoritas responden tidak setuju bahwa *mall* tidak mempengaruhi kehidupan sehari-hari (dengan rata-rata skor 2,3). Keberadaan *mall* membuat lebih banyak wisatawan berkunjung yang membuat adanya kepadatan lalu lintas di sekitar *mall*. Seperti yang disampaikan oleh Kapolsek Denpasar Selatan, AKP Agus Adi Apriyoga dalam berita NUSABALI.com (03 April 2025) “di *Icon Bali Mall* Sanur, kendaraan mengalami hambatan karena terbatasnya area parkir, sementara di Pantai Bali Beach Sanur, lonjakan wisatawan membuat arus kendaraan tersendat”. Hal ini membuat masyarakat tidak merasa nyaman lagi saat bepergian keluar, dimana jika dahulu sebelum adanya *mall* perjalanan keluar hanya sekitar menit, sedangkan sekarang setelah adanya *mall* menjadi 30 menit. Hubungan antara masyarakat dan pengunjung dianggap tidak hanya komersial (dengan rata-rata 2,2).

Sebagian besar responden tidak setuju dengan pernyataan Saya tidak merasa perlu untuk terlibat dalam kegiatan yang berhubungan dengan *Icon Bali Mall*. Dimana masyarakat masih memiliki keinginan atau kebutuhan untuk tetap terlibat dalam berbagai aktivitas yang berkaitan dengan *Icon Bali Mall*. Banyak masyarakat lokal berharap untuk terlibat secara ekonomi, seperti dengan bekerja di *mall* dan menjadi bagian dari UMKM yang dipromosikan di dalam *mall*. Dilansir dari Antara Bali, Walikota Denpasar mendorong agar generasi muda dan pelaku UMKM lokal bisa terlibat langsung di *mall*, baik sebagai tenaga kerja maupun pelaku usaha untuk

meningkatkan perekonomian daerah. Sebagian besar masyarakat merasa bahwa kehadiran *Icon Bali Mall* tetap berdampak pada interaksi sosial di lingkungan mereka (dengan skor rata-rata 2,6). Keberadaan *mall* membawa perubahan tertentu, yaitu menjadi salah satu daya tarik baru yang ada di kawasan pariwisata sanur. Tidak hanya sebagai pusat belanja, *Icon Bali Mall* juga berfungsi sebagai tempat berkumpul, rekreasi dan ajang pertemuan masyarakat lokal maupun wisatawan. Kehadiran *mall* juga menimbulkan tantangan seperti kemacetan dan kebisingan yang dapat mempengaruhi kenyamanan interaksi sosial di lingkungan sekitar. Berdasarkan hasil tersebut, mendapat hasil rata-rata skor yaitu 2,37 (tidak setuju) yaitu mayoritas responden tidak merasa *mall* menjadi hal biasa, hubungan dengan pengunjung belum didominasi motif komersial dan masyarakat masih merasa perlu terlibat dalam aktivitas terkait *mall*. Menurut Doxey, pada tahap *Apathy* masyarakat mulai menerima kehadiran pengunjung sebagai sesuatu yang lumrah, namun mulai muncul jarak sosial dan hubungan menjadi lebih transaksional. Untuk saat ini masyarakat belum sepenuhnya memasuki tahap *apathy* karena masih terdapat keterlibatan yang cukup tinggi.

Tabel 3.6 Rekapitulasi Jawaban Teori *Irridex* (Annoyance)

Tahapan									
No.	Pernyataan	Skala Likert					Skor	Rata-Rata	Keterangan
		1	2	3	4	5			
ANNOYANCE									
1.	Saya tidak merasa terganggu dengan kemacetan yang disebabkan oleh pengunjung <i>mall</i>	11	15	4			53	1,76	Setuju
2.	Kehadiran <i>Icon Bali Mall</i> menyebabkan peningkatan kebisingan di lingkungan sekitar			7	17	6	119	3,96	Setuju
3.	Saya merasa bahwa kehadiran <i>mall</i> mengganggu kenyamanan hidup sehari-hari masyarakat sekitar		11	16	3		82	2,73	Cukup Setuju
4.	<i>Icon Bali Mall</i> membuat harga barang dan jasa di sekitar menjadi lebih mahal		22	8			68	2,26	Sangat Tidak Setuju
Total								10,7	Netral/Cukup
Rata-Rata								2,67	Setuju

(Sumber : Hasil Olah Data, 2025).

Pada tahap *annoyance* masyarakat mulai merasakan gangguan dan keluhan akibat dari pembangunan *mall*. Masyarakat sangat tidak setuju dengan pernyataan tidak merasa terganggu dengan kemacetan yang disebabkan oleh pengunjung *mall* (dengan rata-rata skor 1,76). Kemacetan yang terjadi dirasakan oleh masyarakat sekitar, salah satu responden menyebutkan bahwa kemacetan

seringkali terjadi, khususnya saat sabtu minggu. Sabtu-Minggu memang menjadi momen puncak kepadatan, di mana arus kendaraan memadati area sekitar *mall* hingga menyebabkan gangguan terhadap aktivitas sehari-hari warga. Jalanan utama seperti Jalan Danau Tamblingan dan beberapa ruas sekitar pun menjadi titik macet yang parah. Responden juga setuju bahwa kehadiran *mall* meningkatkan kebisingan di lingkungan sekitar (dengan rata-rata skor 3,96). Salah satu responden menyetujui pernyataan tersebut, Gede Sukanada “Kalau sudah macet sudah pasti juga bising, namanya juga ada obyek wisata baru, ya pasti ramai dan bising”. Pernyataan ini menunjukkan bahwa Gede menerima adanya peningkatan aktivitas dan keramaian sebagai konsekuensi alami dari pembangunan pusat perbelanjaan baru di Kawasan Pariwisata Sanur. Menurut beliau, kemacetan dan kebisingan yang meningkat merupakan fenomena yang wajar mengiringi perkembangan pariwisata dan pembangunan fasilitas modern seperti *mall*. Keramaian pengunjung yang datang tidak hanya membawa keuntungan ekonomi, tetapi juga diiringi dengan tantangan lingkungan seperti suara kendaraan yang memenuhi ruas jalan serta tingkat kebisingan yang lebih tinggi dibandingkan sebelumnya. Terdapat cukup banyak masyarakat yang merasa kenyamanan hidup sehari-hari mereka terganggu (dengan rata-rata skor 2,73). Kehadiran *Icon Bali Mall* meningkatkan volume kendaraan di sekitar area sekitar yang menyebabkan kemacetan sehingga masyarakat merasa terganggu karena waktu tempuh menjadi lebih lama dan akses ke rumah maupun tempat kerja menjadi kurang nyaman. Masyarakat rata-rata tidak setuju bahwa *mall* membuat harga barang/jasa menjadi lebih mahal (skor 2,26). Beberapa responden menjawab bahwa “kenaikan harga tidak ada, harga masih normal seperti sebelum ada *mall*”. Pernyataan ini mengindikasikan bahwa dari sudut pandang pedagang yang merupakan masyarakat lokal, harga kebutuhan sehari-hari, makanan dan minuman masih relatif stabil dan belum terpengaruh langsung oleh pembangunan *mall*. Meskipun *Icon Bali Mall* menghadirkan produk dan layanan dengan fasilitas modern dan segmen pasar tertentu yang mungkin lebih tinggi, hal tersebut tidak secara signifikan mengerek harga pasar tradisional maupun harga di lingkungan sekitar. Fakta ini juga memperkuat posisi pasar tradisional dan toko-toko lokal yang tetap mampu bersaing dengan *mall* dalam hal harga, terutama bagi masyarakat dan wisatawan yang mengutamakan harga yang terjangkau. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner rata-rata skor pada tahap *annoyance* yaitu 2,67 (netral/cukup setuju) dimana masyarakat mulai merasakan dampak negatif dari keberadaan *mall* seperti kemacetan dan kebisingan yang mengganggu kenyamanan hidup sehari-hari. Tahap *annoyance* ditandai dengan mulai munculnya

kejenuhan dan gangguan nyata dari adanya pertumbuhan aktivitas pengunjung. Masyarakat sekitar mulai menuntut perbaikan infrastruktur dan pengelolaan dampak negatif yang terjadi, namun belum sampai ke tahap penolakan total.

Tabel 3.7 Rekapitulasi Jawaban Teori *Irridex* (*Antagonism*)

Tahapan									
No.	Pernyataan	Skala Likert					Skor	Rata-Rata	Keterangan
		1	2	3	4	5			
ANTAGONISM									
1.	Saya merasa bahwa kehadiran <i>Icon Bali Mall</i> telah merusak budaya lokal	2	20	8			66	2,26	Tidak setuju
2.	Masyarakat sekitar tidak lagi merasa nyaman dengan kehadiran wisatawan yang datang ke <i>mall</i>	8	16	4	2		60	2	Tidak setuju
3.	Saya percaya bahwa <i>Icon Bali Mall</i> lebih menguntungkan pihak luar daripada masyarakat lokal		20	8	2		72	2,4	Tidak setuju
4.	Kehadiran <i>Icon Bali Mall</i> membuat saya merasa kurang dihargai sebagai penduduk lokal		19	9	2		73	2,43	Tidak setuju
	Total							9,09	Tidak setuju
	Rata-Rata							2,27	

(Sumber : Hasil Olah Data, 2025).

Pada tahap *antagonism*, masyarakat mulai menunjukkan sikap penolakan. Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa rata-rata masyarakat tidak setuju bahwa *mall* merusak budaya lokal (dengan rata-rata skor 2,26). *Mall* secara khusus menyediakan ruang untuk ekspresi budaya seperti : Cultural amphitheatre yaitu tempat pertunjukan tari Bali dan pementasan budaya lain yang rutin digelar untuk mengangkat seni pertunjukan lokal ke panggung yang lebih luas. Terdapat juga area pasar terapung *jaje* yang terdiri dari lebih 50 UMKM yang menjual makanan dan produk khas Bali. Dengan rata-rata skor 2, mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa mereka kehilangan kenyamanan akibat kehadiran wisatawan di *Icon Bali Mall*. Interaksi antara masyarakat dengan wisatawan atau pengunjung *mall* seringkali bersifat positif. Banyak masyarakat yang merasa diuntungkan secara ekonomi yaitu melalui usaha, dimana wisatawan yang berkunjung lebih memilih berbelanja di usaha mereka. Salah satu responden Suwarsi "Turis (wisatawan mancanegara) yang berkunjung ke *mall*, kesini juga melihat-lihat dan belanja souvenir". Berdasarkan pernyataan Suwarsi, banyak wisatawan, khususnya turis mancanegara yang berkunjung ke *Icon Bali Mall*, tidak hanya sekedar berbelanja di dalam *mall*, tetapi juga tertarik untuk melihat-lihat dan membeli produk usaha lokal di sekitar kawasan tersebut, seperti souvenir khas Bali. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan *mall* turut menjadi magnet yang menarik lebih banyak pengunjung ke area sekitar, sehingga memberikan

keuntungan ekonomi secara langsung bagi pelaku usaha lokal di Sanur. Dengan banyaknya wisatawan yang datang ke *mall* sebagai destinasi baru, usaha lokal seperti toko souvenir di Pasar Pantai Sindhu mendapat dampak positif karena pengunjung *mall* kerap melanjutkan kunjungannya untuk berbelanja di toko-toko tradisional yang menawarkan produk otentik dengan harga yang lebih kompetitif dan pengalaman interaksi yang lebih personal.

Pernyataan Saya percaya bahwa *Icon Bali Mall* lebih menguntungkan pihak luar daripada masyarakat lokal dengan skor 2,4 menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat tidak setuju dengan anggapan tersebut, meskipun ada sebagian kecil yang mungkin masih ragu atau merasa demikian. Terdapat sebagian kecil masyarakat yang mungkin merasa khawatir bahwa kehadiran brand internasional dan investor besar di *mall* bisa mengurangi peluang bagi pelaku usaha lokal. Rata-rata masyarakat tidak setuju (2,43) bahwa keberadaan *Icon Bali Mall* menimbulkan perasaan kurang dihargai sebagai warga lokal. *Icon Bali Mall* tidak hanya berfungsi sebagai tempat belanja dan rekreasi, tetapi juga sebagai dasar untuk pembangunan yang berkelanjutan di Kawasan Pariwisata Sanur. Dampak positif seperti peningkatan pariwisata, peluang bisnis dan lapangan kerja bagi masyarakat lokal turut meningkatkan rasa keterlibatan dan penghargaan terhadap *mall*. Masyarakat lokal juga ikut merasakan manfaat ekonomi dan sosial dari pembangunan *mall*. Menurut Doxey, pada tahap ini masyarakat mulai melihat pengunjung sebagai ancaman terjadi konflik nilai dan resistensi terhadap perubahan semakin kuat. Namun pada kasus *Icon Bali Mall*, *antagonism* yang terlihat masih sangat rendah, menunjukkan masyarakat masih adaptif dan belum mengalami penolakan yang signifikan.

Berdasarkan hasil diatas, dapat diketahui bahwa masyarakat *Icon Bali Mall* saat ini didominasi oleh sikap *euphoria* dan mulai memasuki tahap *annoyance*. Masyarakat masih melihat banyak manfaat, namun mulai merasakan gangguan nyata, terutama pada aspek lingkungan seperti kemacetan dan kebisingan. Jika dampak negatif seperti kemacetan dan kebisingan tidak segera dikelola, masyarakat berpotensi bergerak ke tahap *antagonism* di masa depan, dimana resistensi dan penolakan bisa meningkat.

Dampak Pembangunan Icon Bali Mall Terhadap Aspek Sosial Ekonomi Pedagang di Kawasan Pariwisata Sanur, Desa Adat Intaran, Kota Denpasar

Dari hasil pengisian kuesioner, dapat dilihat persepsi masyarakat terhadap aspek sosial ekonomi mengenai pembangunan *Icon Bali Mall* seperti pada pernyataan mengenai lapangan pekerjaan yaitu masyarakat rata-rata tidak setuju jika pembangunan *Icon Bali Mall* meningkatkan lapangan pekerjaan di

daerah sekitar (dengan rata-rata 2,53). Hal ini dikarenakan pihak *mall* belum mengajak masyarakat sekitar untuk bekerja di dalam *Mall*. Hal ini juga disampaikan oleh Ketua BUPDA Desa Adat Intaran yang menyatakan bahwa “Sampai saat ini pihak *Icon Bali Mall* belum ada mengajak masyarakat untuk bekerja disana”. Hal ini menegaskan bahwa keterlibatan warga lokal dalam kesempatan kerja di *mall* masih sangat minim atau bahkan belum terjadi secara signifikan. Meskipun ada beberapa lowongan kerja yang diumumkan untuk *mall*, data dari berbagai sumber lowongan pekerjaan menunjukkan bahwa proses perekrutan belum secara khusus memprioritaskan atau mengakomodasi masyarakat sekitar desa adat, sehingga persepsi masyarakat bahwa mereka kurang mendapatkan manfaat langsung dalam hal penyerapan tenaga kerja tetap dominan. Situasi ini menimbulkan kesenjangan antara ekspektasi masyarakat terhadap manfaat ekonomi dari pembangunan *mall* dengan realitas yang terjadi di lapangan.

Terkait pendapatan masyarakat lokal, rata-rata masyarakat menjawab Cukup setuju bahwa *mall* memberikan kontribusi positif terhadap pendapatan masyarakat lokal (dengan rata-rata 3,36). Raminya wisatawan yang berkunjung ke *Icon Bali Mall* baik domestik maupun mancanegara menyebabkan peningkatan pendapatan masyarakat yang berprofesi menjadi wirausaha. Kehadiran *mall* ini mendorong meningkatnya kunjungan wisatawan yang secara langsung maupun tidak langsung meningkatkan pengeluaran di berbagai sektor bisnis lokal, seperti pedagang di pesisir pantai, UMKM yang ada di sepanjang Jalan Danau Tamblingan, serta usaha kecil dan menengah di kawasan sekitar.

Mayoritas masyarakat setuju bahwa kehadiran *mall* meningkatkan aktivitas ekonomi (dengan rata-rata 3,7). Aktivitas ekonomi yang dirasakan juga disampaikan oleh salah satu pedagang di Pasar Pantai Sindhu, dimana pengunjung *Icon Bali Mall* rata-rata juga berbelanja di Pasar Pantai Sindhu untuk membeli souvenir karena harga di *mall* relatif mahal. Nyoman Rusminiati “Lebih banyak pendapatannya, karena wisatawan lebih memilih belanja souvenir disini (area toko Pasar Pantai Sindhu) mungkin karena harga disana (*Icon Bali Mall*) relatif mahal”. Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun *Icon Bali Mall* adalah destinasi perbelanjaan modern, namun justru menjadi “magnet” yang secara tidak langsung menguntungkan pedagang di Pasar Pantai Sindhu. Wisatawan yang berkunjung ke *mall*, baik domestik maupun mancanegara, seringkali melanjutkan perjalanan mereka ke pasar tradisional di sekitarnya. Alasan utamanya adalah perbedaan harga yang signifikan, dimana souvenir di Pasar Pantai Sindhu cenderung lebih terjangkau dibandingkan dengan harga di dalam *mall*.

Responden menyatakan tidak setuju bahwa *mall* menyebabkan peningkatan biaya hidup (dengan rata-rata 2,16). Seperti yang disampaikan oleh salah satu responden Ketut “untuk harga gojek makanan minuman masih sama sih, tidak ada perubahan.” dimana untuk harga barang-barang, makanan dan minuman masih relatif sama. Pernyataan ini mengindikasikan bahwa bagi masyarakat lokal, harga barang kebutuhan sehari-hari, layanan makanan, dan jasa transportasi seperti ojek online tetap stabil dan tidak mengalami kenaikan signifikan sejak pembangunan *mall*. Kondisi ini menunjukkan bahwa *Icon Bali Mall* belum memberikan tekanan inflasi atau perubahan harga yang memberatkan kehidupan masyarakat di sekitar.

Mayoritas masyarakat tidak setuju jika kehadiran *mall* menyebabkan peningkatan kriminalitas (dengan rata-rata 1,8). Salah satu responden menyatakan bahwa dari dulu hingga sekarang astungkara tidak ada kriminalitas yang terjadi di sekitar sini, dan kedepannya semoga tidak ada. Bpk Gede Sukanada “Untuk kriminalitas dari dulu sampai sekarang tidak ada sih, dan semoga kedepannya juga tidak ada”. Pernyataan ini menunjukkan bahwa masyarakat merasa lingkungan mereka tetap aman dan kondusif meskipun ada pembangunan dan peningkatan arus kunjungan di kawasan tersebut. Keberadaan *Icon Bali Mall* tidak dianggap sebagai faktor pemicu atau memperburuk kondisi kriminalitas di wilayah sekitar. Justru, kesadaran dan upaya menjaga keamanan lingkungan oleh warga bersama aparat terkait turut menciptakan suasana yang tenteram. Kondisi ini penting karena tingkat keamanan yang terjaga dapat memberikan rasa nyaman bagi masyarakat dan wisatawan yang beraktivitas di kawasan Sanur.

Dengan fasilitas modern yang ditawarkan, responden setuju bahwa *mall* menyediakan fasilitas yang lebih baik dibandingkan dengan pasar tradisional (dengan rata-rata 3,9). Salah satu responden yang sudah pernah berkunjung merasa kagum dengan fasilitas modern yang terdapat di *Icon Bali Mall* seperti kran wastafel yang sudah otomatis menyala saat mendeteksi tangan. Hal ini menunjukkan perhatian *mall* terhadap aspek kebersihan dan kenyamanan pengunjung dengan mengadopsi teknologi yang higienis dan praktis, sesuatu yang jarang ditemukan di pasar tradisional. Fasilitas modern ini bukan hanya meningkatkan pengalaman berbelanja, tetapi juga menciptakan lingkungan yang bersih, aman, dan ramah bagi pengunjung dari berbagai kalangan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara.

Rata-rata masyarakat tidak setuju bahwa pembangunan *mall* mengurangi jumlah pedagang tradisional (dengan rata-rata 2,03). Salah satu responden menyatakan bahwa pedagang tradisional merasa senang karena wisatawan yang berkunjung ke *mall* lebih memilih belanja ke Pedagang di Pasar

Pantai Sindhu dibandingkan ke *Icon Bali Mall*. Sandra "wisatawannya kebanyakan lebih memilih belanja di toko-toko di sekitar sini (Pasar Pantai Sindhu) mungkin karena lebih tradisional dan dapat langsung berinteraksi sama ibu-ibu pedagang." Pernyataan ini menegaskan bahwa daya tarik pasar tradisional terletak pada suasana yang otentik dan interaksi personal antara pembeli dengan penjual, yang tidak mudah ditiru oleh *mall* modern. Situasi ini menunjukkan adanya segmentasi pasar yang jelas, dimana *mall* dan pasar tradisional melayani kebutuhan dan preferensi konsumen yang berbeda namun saling melengkapi. *Mall* menawarkan kenyamanan dan fasilitas modern, sementara pasar tradisional menghadirkan nuansa budaya serta pengalaman belanja yang lebih hangat dan personal. Keberadaan *mall* bahkan memberikan efek positif dengan mendatangkan lebih banyak wisatawan ke kawasan sekitar, yang kemudian berimbas pada peningkatan penjualan di pasar tradisional.

Sebagian besar masyarakat setuju bahwa *mall* menjadi tempat berkumpul yang meningkatkan interaksi sosial masyarakat (dengan rata-rata 3,2). Dengan adanya *Icon Bali Mall*, masyarakat memiliki lebih banyak pilihan tempat untuk berinteraksi seperti sebagai tempat nongkrong dan makan bersama. Kehadiran *mall* ini memberikan masyarakat opsi baru untuk beraktivitas dan bersosialisasi di luar rumah, seperti tempat nongkrong, berkumpul dengan keluarga maupun teman, serta menikmati berbagai pilihan kuliner yang disediakan.

Responden menyatakan tidak setuju bahwa *mall* mengurangi ketergantungan masyarakat pada pasar tradisional (dengan rata-rata 2,1). Salah satu responden menyebutkan bahwa pasar tradisional lebih menarik di kalangan wisatawan mancanegara. Wisatawan kini cenderung memilih berbelanja di pasar tradisional karena selain harganya yang lebih terjangkau, mereka juga mendapatkan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan para pedagang, menikmati suasana khas Bali, serta memperoleh barang-barang unik dan kerajinan tangan asli yang tidak selalu tersedia di *mall*.

Responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa *mall* menyebabkan pergeseran nilai-nilai budaya lokal (dengan rata-rata 2,1). Masyarakat masih memandang *mall* sebagai ruang komersial modern yang tidak mengganggu praktik budaya seperti upacara adat dan kearifan lokal lainnya. Pada pertanyaan mengenai pembangunan *mall* meningkatkan partisipasi masyarakat, masyarakat memberikan skor rata-rata 2,86 yang artinya cukup setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat merasakan adanya peningkatan keterlibatan mereka dalam kegiatan yang berhubungan dengan *mall*, meskipun tidak sepenuhnya kuat.

Secara keseluruhan, rata-rata skor dari respons masyarakat terhadap pembangunan *Icon Bali Mall* adalah 2,7 yang berada pada kategori cukup setuju. Artinya masyarakat Desa Adat Intaran Sanur cenderung menerima kehadiran *mall* dengan catatan karena berdampak pada sosial ekonomi yaitu meningkatkan pendapatan masyarakat. Sementara berdasarkan hasil wawancara dan pengisian kuesioner terdapat respons kekhawatiran terhadap dampak negatif yang ditimbulkan seperti terjadi kemacetan, kebisingan, dan tantangan bagi keberlangsungan pasar tradisional.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai dampak pembangunan *Icon Bali Mall* terhadap aspek sosial ekonomi pedagang di Kawasan Pariwisata Sanur, Desa Adat Intaran, dapat disimpulkan bahwa masyarakat dan pedagang sekitar secara umum menunjukkan penerimaan terhadap keberadaan *mall* tersebut. Masyarakat masih didominasi oleh sikap euforia meskipun mulai muncul keluhan terkait kemacetan dan kebisingan, yang menandai adanya dampak negatif yang perlu mendapat perhatian. Pedagang di Pasar Pantai Sindhu menerima keberadaan *mall* dengan pandangan positif terhadap peningkatan pendapatan, meskipun mereka menilai partisipasi aktif *mall* terhadap pemberdayaan masyarakat lokal masih terbatas. Secara keseluruhan, *mall* memberikan kontribusi ekonomi yang positif tanpa menimbulkan dampak sosial dan ekonomi yang signifikan seperti kenaikan biaya hidup atau kriminalitas. Namun, diperlukan pengelolaan yang baik untuk meminimalisir dampak negatif yang muncul agar manfaat yang diperoleh dapat lebih optimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA/REFERENSI

- Abdurrazak. 2022. Dampak Keberadaan *Mall The Park* Sawangan Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Sekitar.
- Astina, Made Arya, and Ketut Tri Budi Artani. "Dampak perkembangan pariwisata terhadap kondisi sosial dan ekonomi masyarakat Sanur." *Jurnal Ilmiah Hospitality Management* 7.2 (2017): 141-146.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Perkembangan Beberapa Indikator Utama Sosial Ekonomi Indonesia November 2021.
- C.S.T. Kensil dan Christine S.T.Kansil, Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 15.
- Damsar. 1997. Sosiologi Ekonomi. Bielefeld: PT Raja Grafindo Persada.
- Dinata, dkk. 2024. Dampak Pengembangan

- Pariwisata Terhadap Kondisi Ekonomi dan Sosial Budaya Masyarakat Lokal di Kawasan Pariwisata Sanur. *Journal of applied science in tourism destination Vol 2. No. 1*.
- Eduful. 2021. *Economic impacts of shopping malls: The Accra (Ghana) case study*.
- Eko Sujatmiko, Kamus Ilmu Pengetahuan Sosial, 1 (Surakarta: Aksara Sinergi media, 2014). h. 231
- Farchan. 2016. Analisa Sosial Ekonomi Pembangunan Pusat Perbelanjaan Modern; Studi Kasus Pembangunan *Lotte Mall* di Kecamatan Pondok Aren, Tangerang Selatan 2010. *Jurnal Renaissance*. 01-10.
- gemabali.id. (2024, 29 Desember). Terpantau kemacetan panjang terjadi di Jl. Danau Toba, Sanur arah Icon Mall [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DEJ8UJRPPBA/>
- [https://iconbalimall.com/mall-directory/Jendela Dunia](https://iconbalimall.com/mall-directory/JendelaDunia) (16 Juni 2024). *Icon Bali Mall* Sanur Jam Buka Fasilitas dan Info Penting lainnya. Diakses pada 18 September 2024, dari <https://kumparan.com/jendela-dunia/icon-bali-mall-sanur-jam-buka-fasilitas-dan-info-penting-lainnya-22wolpLyZC>
- Icon Bali Mall*. 2025. <https://iconbalimall.com/> (Diakses 23 April 2025).
- John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed* (Edisi III; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h.5.
- Latifah. 2021. Kondisi Sosial Ekonomi Pasca Pembangunan Hartono Mall (Studi Kasus di Padukuhan Soropadan dan Padukuhan Gejayan, Desa Condongcatur). *Jurnal Pendidikan Sosiologi*/2.
- Mulia, V. B. (2021). Memahami Dan Mengelola Dampak Pariwisata. *Jurnal Kepariwisataaan*, 20(1), 75-85.
- Muljadi, A.J. (2009). "Kepariwisataaan dan Perjalanan". Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Nurkancana (1993). "Metode Pengumpulan Data".
- NusaBali. (2024, 15 Desember). Grand opening ICON BALI digeber, Sanur sambut pusat wisata baru. NusaBali. <https://www.nusabali.com/berita/182341/grand-opening-icon-bali-digebek-sanur-sambut-pusat-wisata-baru>
- Sanjaya, P.K.A., & Dharmayasa, I.P.A. (2021). "Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi". *Jurnal Ekonomi*.
- Soemarwoto, O. (2009). *Pengantar ekologi*. Jakarta: UI Press.
- Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*.
- Sudiarta, I. M., Suharsono, N., Tripalupi, L. E., & Irwansyah, M. R. (2021). Analisis Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat. *Business and Accounting Education Journal*, 2(1), 22-31.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugara. 2018. Analisis Dampak Sosial dan Ekonomi Pembangunan Fresh Market Emerald di Kecamatan Pondok Aren Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Mozaik*. 10 (2).
- Sugiyono. (2019). "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D".
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 1993), 179.
- Tribun-Bali.com (29 Mei 2024). Akan dibuka 7 Juni 2024, Lihat Persiapan *Icon Bali Mall* di Sanur: Usung Konsep Green Energy. Diakses pada 20 April 2025, dari <https://bali.tribunnews.com/2024/05/29/akan-dibuka-7-juni-2024-lihat-persiapan-icon-bali-mall-di-sanur-usung-konsep-green-energy>
- Todaro, Michael, P. (1983). *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Jilid I. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wardiyanto, Bintoro. Dkk. (2016). *Percikan pemikiran tata kelola dan pembangunan desa*. Surabaya, Airlangga university press, h.363