

Minat Pedagang Menggunakan Kios Pasca Revitalisasi Pasar Lakessi Kota Parepare (Analisis Masalah)

Nurul Qisti Al Ihfa^{1*}, Muhammad Kamal Zubair², St. Aminah³, Syahriyah Semaun⁴, Damirah⁵
^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare
*Email korespondensi: nurulqistialihfa@iainpare.ac.id

Abstract

Pasar Lakessi Kota Parepare telah direvitalisasi sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat pedagang menggunakan kios pasca revitalisasi pasar. Metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian lapangan. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan pengelola pasar, pedagang dan pembeli data sekunder berasal dari pengelola pasar, dan literatur terkait. Hasil penelitian dari pengelola pasar menunjukkan hanya sedikit kios yang digunakan oleh pedagang. Tanggapan dari pedagang pengguna kios menunjukkan kios yang digunakan bersih dan terlindungi namun sedikit pembeli. Tanggapan dari pedagang tanpa kios menunjukkan kios di bangun sendiri dia area parkir karena banyak pembeli. Tanggapan dari pembeli menunjukkan bahwa harga barang di area parkir lebih murah dan mudah diakses. Tinjauan masalah ditemukan pada pemanfaatan kios setelah revitalisasi sudah sesuai dengan syariah, masuk akal dan digunakan untuk orang banyak. Namun ada permasalahan berkaitan dengan ketidakadilan pendapatan mendorong ketidaktertiban aktivitas pasar.

Keywords: Minat, Pedagang, Kios, Pasca Revitalisasi, Masalah

Saran sitasi: Aifa, N. Q., Zubair, M. K., Aminat, S., Semaun, S., & Damirah. (2023). Minat Pedagang Menggunakan Kios Pasca Revitalisasi Pasar Lakessi Kota Parepare (Analisis Masalah). *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(03), 4474-4487. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10742>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10742>

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan jumlah masyarakat yang beragam dengan kebutuhan yang beragam pula. (Indonesia Investments, 2017) Kebutuhan yang beragam ini mengakibatkan tingkat konsumsi masyarakat Indonesia yang tergolong besar memberikan efek domino terhadap jumlah pasar di Indonesia. (Badan Pusat Statistik, 2022) Pasar Lakessi menjadi salah satu pasar dengan jumlah pedagang dan pembeli yang banyak.

Perkembangan kota parepare menuju kota industri tanpa cerobong asap mendorong pemerintah untuk mengembangkan alternatif dalam meningkatkan pendapatan daerah Kota Parepare. (Muzakkir, 2018) Pendapatan ini dapat meningkat dengan membangun berbagai fasilitas untuk membantu masyarakat dalam melakukan usaha. Revitalisasi pasar merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan pendapatan daerah. (Kominfo, 2019)

Revitalisasi pasar lakessi telah dilakukan beberapa kali sejak tahun 2010 yang terus berlanjut hingga kini dengan sumber dana yang berbeda. Pembangunan. Revitalisasi pasar yang awalnya meminjam dana dari bank dunia kini memanfaatkan dana yang berasal dari Dana Intensif Daerah (DID) sebesar Rp. 3 Miliar (Badan Pusat Statistik, 2022a)

Pasar lakessi dikelola oleh UPTD yang ditunjuk untuk menjamin, mengatur dan menjaga keamanan penjual dan pembeli. Kepada UPTD Pasar Lakessi dipimpin oleh Muhammad Thamrin, S.Sos mengungkapkan bahwa pembangunan dan penertiban yang dilakukan di pasar sesuai dengan arahan yang diberikan oleh dinas perdagangan dengan terus memaksimalkan pengelolaan dan pengaturan pasar.

Kondisi pasar lakessi yang sangat strategis berada di sekitar pesisir pantai sehingga memudahkan pedagang dalam menjual barangnya serta memudahkan pembeli dalam membeli kebutuhannya. (STIEBP, 2019) Pembeli dan penjual

yang melakukan aktivitas di pasar lakessi tidak hanya berasal dari Kota Parepare tapi juga berasal dari berbagai daerah sekitarnya seperti Pinrang, Barru, Sidrap, Makassar dan beberapa daerah lainnya.

Setelah revitalisasi pasar lakessi penjual sudah boleh menempati kios untuk melakukan aktivitas perdagangan. Namun beberapa pedagang masih memilih menjajakan barang dagangannya di tempat yang tidak memiliki kios. Pedagang memiliki membangun kiosnya sendiri kemudian menutup dan membereskannya ketika telah selesai menjual. (Fauzi et al., 2018) Kios yang dibangun sendiri oleh pedagang ini mengakibatkan kawasan pasar terlihat tidak bersih, tidak tertib, dan tidak teratur. Pedagang yang tidak ingin membangun kios juga menggunakan mobil untuk menjajakan barang dagangannya.

Bagunan yang telah dibangun oleh pemerintah setelah revitalisasi justru cenderung tidak digunakan oleh pedagang dan sepi pembeli. Kios yang dibangun oleh pemerintah terlihat tidak terawat dan rusak karena tumpukan barang yang tidak teratur. Kondisi ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian terkait dengan minat menggunakan kios.

Fasilitas kios yang dibangun oleh pemerintah ini sangat bermanfaat bagi pedagang dan pembeli karena memberikan kemudahan akses dan kenyamanan dalam melakukan aktivitas jual beli. (Saragih & Meak, 2022) Pembayaran retribusi yang diwajibkan kepada penjual juga tergolong murah dan tidak memberatkan penjual. Namun penjual merasa bahwa keuntungan yang diperoleh ketika menjual di dalam kios lebih rendah dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh ketika menjual di daerah luar pasar dan parkir.

Penelitian mengenai revitalisasi pasar telah banyak dilakukan untuk memaksimalkan fungsi pasar bagi masyarakat mulai dari penjual, pembeli dan pengelola pasar. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang ditemukan bahwa aktivitas revitalisasi pasar memiliki dampak yang positif terhadap kepuasan pelanggan dan daya saing pasar. (Nuzuliati et al., 2021)

Penelitian mengenai kios pasar ini telah banyak dipaparkan dalam beberapa jurnal yang berbeda dengan ini bertujuan untuk mengetahui minat pedagang menggunakan kios setelah dilakukannya revitalisasi pada pasar lakessi Kota Parepare dengan melakukan analisis masalah.

KAJIAN PUSTAKA

1.1. Minat

Pembahasan mengenai minat ini muncul sebagai respon dari berbagai kebutuhan manusia yang dipengaruhi oleh budaya dan karakteristik kepribadian individu. (Kotler & Amstrong, 2016). Minat terpengaruh oleh suasana hati positif, seperti meningkatnya kemampuan dalam mengolah informasi dan mengambil keputusan dengan lebih cepat. Di sisi lain, ketika dalam suasana hati negatif, cenderung lebih mempertimbangkan aspek-aspek rinci. (Tjipto et al., 2015)

Minat yang melibatkan penggunaan ulang suatu objek dapat dijelaskan sebagai jenis keinginan di mana individu berencana untuk memanfaatkan kembali objek tersebut. Konsep minat semacam ini terkait dengan dimensi psikologis manusia yang cenderung memusatkan perhatian pada objek yang diinginkan untuk dimiliki.

Minat yang dikemukakan oleh philip kotler cenderung menekankan pada aspek konsumsi namun jika ditelaah lebih lanjut teori ini juga dapat digunakan untuk membahas aspek minat menggunakan barang baik sebagai fasilitas maupun layanan.

Keputusan mengenai penggunaan barang atau jasa sering melibatkan pihak-pihak yang berjumlah dua atau lebih. Umumnya, terdapat lima peran yang terlibat dalam proses tersebut, yaitu sebagai berikut: (Suryani, 2012)

- a. Inisiator (pemrakarsa), yaitu individu yang pertama kali mengusulkan gagasan untuk menggunakan suatu barang atau jasa.
- b. Pengaruh (influencer), merupakan orang yang memiliki pandangan atau memberikan nasihat yang memengaruhi keputusan penggunaan.
- c. Pengambil Keputusan (decider), adalah individu yang menentukan keputusan akhir mengenai penggunaan barang atau jasa.
- d. Pembeli (buyer), yaitu orang yang secara fisik melakukan pembelian dan penggunaan nyata atas barang atau jasa tersebut.
- e. Pemakai (user), merupakan orang yang mengonsumsi atau menggunakan barang/jasa yang telah dibeli.

Minat untuk menggunakan fasilitas kios dapat digolongkan dalam penggunaan barang untuk membantu aktivitas jual beli. Penggunaan kios dapat memberikan kenyamanan, kemudahan dan ketertiban proses jual beli.

Langkah-langkah minat dapat dijelaskan melalui model AIDA yang disusun oleh Philip Kotler seperti berikut: (Kotler & Keller, 2018)

- a. Perhatian (Attention): Tahap awal dalam mengevaluasi produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan dan memperoleh pemahaman lebih lanjut tentang penawaran produk atau jasa.
- b. Ketertarikan (Interest): Calon pelanggan menjadi tertarik untuk membeli produk atau jasa setelah memperoleh informasi lebih rinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. (Setyaningrum, 2015)
- c. Hasrat (Desire): Calon pelanggan merenungkan dan berdiskusi tentang produk atau jasa, mendorong oleh keinginan dan hasrat untuk membeli. Pada tahap ini, minat yang kuat terhadap produk atau jasa muncul, dan calon pelanggan mulai tertarik untuk mencoba.
- d. Tindakan (Action): Calon pelanggan memiliki tekad kuat untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Perkembangan waktu telah menghasilkan perubahan yang sangat berarti dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas pasar. Kotler dan Armstrong menguraikan bahwa minat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. (Kotler & Armstrong, 2016).

1.2. Masalah

Istilah "masalah" berasal dari kata dasar "salaha" atau "saluha" dalam bahasa Arab, yang secara etimologis mengandung arti manfaat, faedah, atau sesuatu yang pantas. (Dedi, 2013) Masalah dalam bahasa Indonesia dikenal masalah atau manfaat yang berarti sesuatu yang mendatangkan kebaikan atau faedah yang berguna. Masalah ini menunjukkan pengambilan manfaat dan penolakan mudharat (bahaya) dengan tujuan menjalankan syariah islam. (Miswanto, 2019)

Masalah harus memenuhi beberapa persyaratan berikut: Pertama, harus berlaku hanya dalam konteks muamalah karena ibadah pribadi tidak berubah-ubah. Kedua, tidak boleh bertentangan dengan maksud syariah atau salah satu dalil syariah yang sudah terkenal (tidak boleh melawan nash). Ketiga, masalah harus ada karena ada kepentingan yang nyata dan diperlukan oleh masyarakat. Dalam pandangan As-Syatibi, masalah adalah setiap prinsip syariah yang tidak memiliki bukti nash secara khusus, tetapi sesuai

dengan tindakan syariah dan maknanya diambil dari dalil-dalil syariah.

Dalam pemikiran ilmu fiqh ini terdapat tiga cara menentukan legalitas masalah yang membagi masalah kepada tiga macam yang dikemukakan oleh Imam Syatibi sebagai berikut:

- a. Masalah al-Mu'tabarlah adalah jenis masalah yang diperhitungkan dan diakui oleh syariat. Artinya, terdapat panduan-panduan syariat baik secara langsung maupun yang memberikan petunjuk terhadap masalah yang menjadi dasar untuk menetapkan suatu hukum. Jenis masalah ini biasanya dijelaskan secara eksplisit dalam teks Al-Quran dan hadis, sehingga seringkali digunakan sebagai dasar penetapan hukum.
- b. Masalah al-Mulghah adalah jenis masalah yang tidak diakui oleh syariat, bahkan bisa dikatakan ditolak meskipun mungkin terlihat baik dari sudut pandang akal manusia.
- c. Masalah al-Mursalah adalah jenis masalah yang baik menurut akal manusia dan sejalan dengan tujuan syariat dalam menetapkan hukum. Namun, ada panduan-panduan syariat yang mengakui hal ini, dan sebaliknya, ada juga panduan-panduan syariat yang menolaknya.

Batasan masalah terkait lima prinsip tersebut jika mengalami kehilangan dari prinsip-prinsip tersebut maka akan disebut sebagai mafsadah karena menimbulkan kerusakan dan kerugian terhadap manusia. (Asy-Syatibi, 2003)

Masalah diterapkan dalam ekonomi islam ini merupakan masalah yang tidak mengikuti hawa nafsu dan mengutamakan kepentingan umum dari pada kepentingan pribadi ataupun golongan. (Mubarak, 2021). Masalah yang menjadi penting dalam membantu menunjukkan perkara yang masih belum ditentukan di dalam Nash. Masalah dalam sisi syariah memiliki tiga pandangan pertama wajib melaksanakannya, kedua, sunnah untuk melaksanakannya, dan ketiga, mubah melaksanakannya. Pelaksanaan ini tergantung dengan banyaknya kebaikan yang terkandung pada masalah tersebut. (Mubarak, 2021)

Kedua jenis masalah ini dipadukan untuk mencari sisi syariah dari berbagai aktivitas ekonomi islam yang kini jauh berbeda dibandingkan pada masa Rasulullah SAW. Mewujudkan kesejahteraan merupakan salah satu tujuan dari masalah dalam ekonomi islam yang pada dasarnya dibutuhkan untuk kelangsungan hidup manusia.

Masalah dalam aktivitas pasar biasanya dikaitkan dengan perilaku penjual, pembeli dan pengelola pasar dalam memberikan manfaat dan mencegah keburukan. Aktivitas pasar yang baik adalah aktivitas yang memberikan kenyamanan kepada seluruh masyarakat yang menggunakan pasar sebagai tempat untuk melakukan aktivitas ekonomi. Aktivitas ekonomi di pasar sangat banyak sehingga karena merupakan awal dari segala aktivitas ekonomi.

Menurut Asy-Syatibi syarat Masalah adalah sebagai berikut:(Qadhrawi, 1996)

- a. Masalah itu manfaatnya harus sejalan dengan tujuan-tujuan umum syariat, tidak bertentangan dengan salah satu prinsip pokok atau dalil qath'inya.
- b. Masalah itu manfaatnya harus masuk akal secara hakiki dan pasti merupakan hal yang baik dan selaras dengan syara'
- c. Masalah itu dimaksudkan untuk menjaga hal-hal yang bersifat dharuriat atau berkaitan dengan orang banyak dengan tujuan untuk menghilangkan kesulitan.

Ekonomi islam menjadikan penjual sebagai pelaku ekonomi yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan memaksimalkan penghambaan kepada Allah SWT. Masalah mendorong aktivitas jual beli yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik namun juga rohani sehingga dapat meningkatkan keimanan. Kegiatan jual beli yang dilakukan pasar menjadi kegiatan yang didasarkan kepada Al-Quran dan As-Sunnah sehingga membawa manusia mencapai kepada kesejahteraan bersama.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini, metode yang dipakai adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang tidak melibatkan prosedur statistik atau penghitungan dalam prosesnya untuk mencapai temuan. (Nursapiah, 2020) Jenis Metode penelitian yang diterapkan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah jenis penelitian yang secara langsung mengamati peristiwa-peristiwa yang terjadi di lapangan. (Arikunto, 2013).

Data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara tatap muka secara langsung. kepada pengelola UPTD Pasar Lakessi, pedagang dan pembeli yang melakukan aktivitas jual beli. Peneliti juga menggunakan data

sekunder berupa buku, jurnal dan literatur lain yang menunjang topik penelitian.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui serangkaian langkah. Tahap awal melibatkan observasi langsung terhadap narasumber. Selanjutnya, langkah berikutnya adalah melakukan wawancara mendalam dengan narasumber yang memiliki minat dalam menggunakan kios. Selain itu, data yang terkumpul juga diperkuat dengan informasi yang berasal dari jurnal, buku, dan literatur-literatur yang berkaitan dengan topik penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Penelitian ini menjelaskan tentang minat pedagang dalam menggunakan kios pasca revitalisasi yang dilakukan oleh pemerintah dengan memperhatikan sisi kemaslahatan umat. Hasil Penelitian sebagai berikut:

Minat Pedagang Menggunakan Kios

Perkembangan pasar yang pesat mendorong diperlukannya fasilitas bagi pedagang dan pembeli agar dapat melakukan aktivitas jual beli dengan nyaman, aman dan tertib. Pemerintah kemudian memberikan perhatian kepada para pedagang dan pembeli dengan membangun fasilitas agar tujuan ketertiban dapat terlaksana. Dalam wawancara yang dilakukan dengan narasumber tentang pembangunan pasar sebagai program dari kementerian perdagangan dikemukakan hasil sebagai berikut yang didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh philip kotler yaitu teori minat dengan tahapan minat dari *Attention* (perhatian), *Interest* (tertarik), *Desire* (hasrat/keinginan), dan *Action* (tindakan).(Kotler & Keller, 2018) Tahapan ini juga dapat disingkat sebagai tahapan minat AIDA yang dijelaskan oleh beberapa narasumber sebagai berikut

Tabel 1. Pembangunan Pasar merupakan Program dari Kementerian Perdagangan

Narasumber	Hasil wawancara
Muhammad Tamrin. S.Sos (Kepala UPTD Pengelola Pasar)	“Bagian yang mengalami revitalisasi pasar ini ada 4 bagian TP 1, TP 2, TP 3, dimana TP 1 merupakan los pembantuan.”
Ismarini	“ini programnya pemerintah dek, kalau saya itu buat dokumen untuk di tanda tangani kalau ada program baru lagi yang mau dilakukan.”

Narasumber	Hasil wawancara
Wahyuni	“bagus ini program pembangunannya karena dari kementerian perdagangan”

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa revitalisasi yang dilakukan pada pasar lakessi merupakan upaya pemerintah Kota Daerah Parepare untuk menciptakan ketertiban, kenyamanan dan keamanan dalam aktivitas jual beli di Pasar Lakessi. Program ini merupakan pelaksanaan dari peraturan kementerian perdagangan dengan Dana yang berasal dari kementerian perdagangan. Program ini memperlihatkan bahwa bagian yang baru saja melakukan revitalisasi adalah pasar bagian belakang dengan menggunakan dana dari kementerian perdagangan. Selanjutnya, minat pedagang dalam menggunakan kios di pasar lakessi sebagai berikut:

Tabel 2. Minat Pedagang Menggunakan Kios di Pasar Lakessi

Narasumber	Hasil wawancara
Muhammad Tamrin. S.Sos (Kepala UPTD Pengelola Pasar)	“Alasan penjual tidak mau masuk karena katanya tidak ada pembeli tapi ini kan alasan tidak masuk akal. Karena dia merasa nyaman mi diluar, kita ini berupaya selalu mau mengarahkan masuk untuk menempati tempat yang disediakan pemerintah.”
Ismarini	“ Banyak dek... sudah mi dilakukan edukasi ini supaya mau masuk menjual di dalam toh...di kasi tau mi... di kasi juga himbauan sama peringatan untuk menjual di dalam”
Wahyuni	“bagusnya itu kalau penjual itu semua mau masuk menempati itu tempat yang sudah disediakan supaya tidak ada mi juga di luar menjual”

Pada tabel yang tertera di atas pedagang yang belum menggunakan kios di pasar lakessi ada yang berminat untuk menggunakan kios ada pula yang memilih untuk tetap berjualan di area luar pasar atau area parkir. Berdasarkan pernyataan narasumber tentang dilakukannya upaya penertiban oleh UPTD Pasar untuk mendorong pedagang menempati kios yang telah disediakan pemerintah sebagai berikut:

Tabel 3. Upaya Penertiban yang dilakukan UPTD Pasar untuk Mendorong Pedagang Menempati Kios

Narasumber	Hasil wawancara
Muhammad Tamrin. S.Sos (Kepala UPTD Pengelola Pasar)	“ kerja sama ki dengan beberapa stake holder untuk melakukan ini penertiban...biasanya sama tentara, polisi dan satpol pp untuk penertibannya ini”
Ismarini	“Iye biasanya ikut ka kegiatan penertiban itu untuk mendorong penjual masuk ke dalam sama satpol pp biasanya”
Wahyuni	“kalau saya bagian staf ka jadi di ruangan kantor ka biasanya tapi kadang juga ikut keluar untuk ikut melakukan penertiban ”

Tabel di atas menunjukkan bahwa narasumber telah melakukan berbagai upaya untuk mendorong pedagang menempati kios yang telah disediakan oleh pemerintah. Upaya ini benar membuat beberapa pedagang telah masuk ke dalam kios untuk menjual barang dagangannya. Informasi dari narasumber mengenai pembangunan kembali kios setelah penertiban pada area parkir dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. Pedagang Membangun Kembali Kios pada Area Luar atau Area Parkir

Narasumber	Hasil wawancara
Rusdi Rusli	“Iya dibangun sendiri ini... paka modal sendiri... baru habis lagi dihancurkan sama pemerintah.. katanya tidak boleh menjual di sini... padahal sudah dibangun mi modalnya bagun juga tidak sedikit”
Rosnawati	“Saya suruh orang bangun kan ini sewa ki orang supaya bagus jadinya nanti karena ini semua ini bahannya tidak murah karena seng tebal di pakai... tapi sudah lagi dihancurkan jadi bangun ulang lagi ini seadanya saja”
Faisal	“Iya biasa itu kepala pasar lakukan penertiban... kalau datang i bilang saja tidak menjual pak Cuma mengantar barang... karena saya kan dimobil ka ji sebagai distributor... tapi kalau dilarang di sini di luar ka menjual di jalanan kan ada ji mobil saja di kasi pindah”

Narasumber	Hasil wawancara
Rina Yulianti	“Kalau ada lagi penertiban pindah ki tempat menjual... biasa juga pulang ki tidak menjual hari itu karena ini barang kan bisa ji dibawah pindahkan ke tempat lain”
Sahar	“Tidak setuju ka saya karena dimana ki lagi mau menjual na sempit sekali di dalam... kalau di sini luas”

Tabel diatas menunjukkan bahwa narasumber kembali membangun kembali tempat seadanya untuk berjualan di area luar/ area parkir.

Tabel 5. Pembeli membeli sesuai dengan kondisi tempat dan kebutuhan

Narasumber	Hasil wawancara
Haslinda, S.Pdi	“Mau ka saya beli barang di tempat yang bersih karena biasa pulang dari sekolah langsung ka ke pasar beli kebutuhan sehari-hari”
Heriani	“Kalau ada pedagang yang bagus produknya sama bersih tempatnya mau ka beli disitu”
Mahluddin	“Tidak ku perhatikan mi saya itu tempatnya yang peting bagus produknya”
Zainab	“Tidak ku suka saya tempat becek... Jadi cari ka tempat bersih cara menjualnya kalau mau ka beli apa-apa”
Hartati	“Kalau di pasar itu keliling keliling ka kalau mau ka beli apa-apa jadi semua tempat ku datangi kalau bagus baru murah itu mi yang ku beli”

Tabel diatas menunjukkan bahwa narasumber kembali membeli produk yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka kemudian melihat pula pada lokasi dan kebersihan tempat pedagang.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pedagang menggunakan kios Pasca-Revitalisasi Pasar Lakessi Kota Parepare

Pedagang dalam memilih kios yang telah disediakan oleh pemerintah di pengaruhi oleh beberapa faktor. Pada saat wawancara, narasumber mengungkapkan bahwa lokasi yang strategis menjadi pilihan yang tepat untuk menggunakan kios dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 6. Lokasi yang Strategis ketika ingin menggunakan kios

Narasumber	Hasil wawancara
Nani	“Penting sekali ini digunakan karena Bagus dilihat, nyaman juga... tidak repot mki bersihkan i... tinggal di sapu saja...”
Ayub Yahya	“Iya kuperhatikan dulu kiosnya saya sebelum ku tempati itu kiosnya... cari memang ka lokasi yang strategis yang bisa orang belanja dengan mudah”
Hj. Rohana	“Dulu ini mau ka di sini karena tempatnya bagus jadi mau ka pakai ini kiosnya... di dalam ka dulu menjual tapi sudah di bangun ini pindah mka ke sini...”
Ria	“Kalau ada tempat kosong mau ka ji saya pakai lagi itu dek karena banyak saya barang ku butuh memang banyak tempat”
Usman	“Aman ji saya barang ku di sini tidak pernah ji hilang... ku simpan di sini dalam kayu terus ku gembok mi... besok dijual lagi...”

Tabel diatas menunjukkan bahwa pedagang memiliki lokasi yang strategis ketika ingin menggunakan kios. Penggunaan kios di anggap penting bagi pedagang untuk memberikan keamanan kepada barang yang mereka jual. Selain itu ada beberapa pedagang yang menginginkan menggunakan kios lebih dari satu karena membutuhkan tempat yang lebih luas. Berdasarkan pernyataan narasumber tentang perubahan jumlah pembeli yang datang ketika menjual di kios dibandingkan ketika menjual di area luar sebagai berikut:

Tabel 7. Perubahan jumlah pembeli ketika berada di area dalam kios dan area luar kios/area parkir

Narasumber	Hasil wawancara
Usman	“pembeli jarang masuk di sini jadi sedikit ji yang laku.... jarang ada pembeli mau masuk membeli di sini”
Hj. Rohana	“Iye sedikit pembeli lewat di sini paling satu dua tiga orang yang lewat... lewat ji saja tidak membeli juga...”
Rina Yulianti	“ramai di sini banyak orang... jadi di sini ka menjual langsung lewat orang singgah beli... gampang... jadi tidak capek-capek”

Narasumber	Hasil wawancara
Ibu Nani	“Pembeli ku saya sudah langganan mi jadi tidak berkurang ji karena tempat ku juga bagus mi jadi tidak susah ji pelangganku cari tempat ku”
Ria	“Pembeli ku saya sudah langganan mi jadi tidak berkurang ji karena tempat ku juga bagus mi jadi tidak susah ji pelangganku cari tempat ku”

Tabel di atas menunjukkan bahwa narasumber mengalami perubahan jumlah pembeli ketika berjualan di dalam kios dibandingkan ketika berjualan di area luar/ area parkir. Pembeli lebih banyak berkunjung dan membeli produk pada area luar/ area parkir. Kemudian untuk keuntungan yang diperoleh lebih besar ketika menjual di luar/ area parkir dijelaskan narasumber sebagai berikut:

Tabel 8. Keuntungan lebih besar ketika menjual di area luar/ area parkir

Narasumber	Hasil wawancara
Usman	“jelas berkurang untungnya dek... dulu waktu di luar menjual itu telur ku cepat habis... jam 9 itu habis mi bisa mka pulang ada mi juga untungnya didapat... sekarang ini di dalam jam 11 itu telur ku belum habis”
Rosnawati	“Iya ini banyak bisa dijual di sini tidak kayak di dalam jadi ada untung di dapat lebih banyak daripada di dalam menjual”
Rina Yuliati	“Alhamdulillah kembali modal ji ini dek... kalau keuntungan biasanya satu hari bisa banyak sedikit itu tergantung dengan jumlah pembeli”
Faisal	“Keuntungan itu satu hari tidak tetap dek... kadang banyak.. kadang sedikit... banyak juga karyawanku yang penting kembali modal ki ini ada lagi dipakai buat tahu sama tempe untuk gaji karyawan juga”
Sahar	“Ikan itu untungnya tergantung sama banyaknya ini yang bisa di jual dek... kalau habis bisa ki ambil untuk untuk di bayar di distributor.. tapi kalau sedikit ji laku... apalagi kalau barangnya tidak bagus susah juga mau dapat untung banyak”

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa narasumber mengatakan bahwa keuntungan yang diperoleh ketika menjual di area parkir dibandingkan dengan berada dalam kios memiliki perbedaan yang signifikan.

Tabel 9. Pembeli membeli produk di lokasi dengan harga murah dan akses yang mudah

Narasumber	Hasil wawancara
Haslinda, S.Pdi	“Kalau di luar itu murah barang... bagus juga produk yang di jual”
Heriani	“Gampang ku rasa kalau ada produk yang ma ku cari kalau membeli ki diluar”
Mahluddin	“lebih sering ka membeli saya di bagian yang luar dari pada dalam karena ku rasa lebih bagus produknya sama murah harganya”
Zainab	“langsung ka saya ke dalam karena kalau di luar ka tidak bagus jalan di lewati becek... bagus ji juga itu produk yang di jual di dalam beda sedikit ji”
Hartati	“Lebih gampang ku rasa kalau misalnya di luar karena langsung bisa di lihat apa-apa kalau di dalam itu sepi penjual biasa tidak di dapat barang yang di cari”

Pembeli mengungkapkan bahwa alasan kemudahan akses dan harga yang ditawarkan membuat mereka memutuskan untuk membeli di kawasan luar atau area parker.

Tinjauan Masalah terhadap Minat Pedagang menggunakan kios Pasca-Revitalisasi Pasar Lakessi Parepare

Aktivitas pasar dalam islam menekankan pada manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas jual beli yang sesuai dengan syariat islam. Pedagang melakukan aktivitas yang sesuai dengan syariah islam yang memberikan manfaat kepada pembeli, sementara itu pedagang memperoleh manfaat dari kebutuhan yang dibelinya untuk makanan sehari-hari. Pengelola pasar juga memberikan manfaat dengan menyediakan fasilitas untuk ketertiban pasar.

Tabel 10. Pentingnya keadilan dalam aktivitas jual beli di Pasar Lakessi

Narasumber	Hasil wawancara
Muhammad Thamrin, S.Sos	“Penertiban ini tujuannya supaya tercipta keadilan di antara penjual dimana semua penjual bisa masuk

Narasumber	Hasil wawancara
	menjual di dalam kios yang diberikan oleh pemerintah”
Ismarini	“Supaya adil ini semua pedagang harus masuk semua di dalam jadi pembeli juga tidak di luar mi membeli karena kalau di ada diluar dan ada di dalam tidak adil itu karena otomatis beda pendapatannya”
Wahyuni	“Lebih bagus dan adil kalau semua pedagang di dalam menjual karena kalau di luar sebagian baru didalam sebagian kan tidak adill itu karena penjual di dalam pasti tidak ada pembelinya”

Tabel di atas menunjukkan bahwa narasumber menunjukkan bahwa keadilan dalam aktivitas jual beli di Pasar Lakessi itu penting. Pentingnya keadilan ini di ungkapkan oleh kepala pasar karena menilai bahwa di pasar lakessi belum tercipta keadilan dalam aktivitas jual beli. Selain itu perlu juga mengetahui pentingnya melakukan kejujuran dalam aktivitas jual beli sebagai berikut:

Tabel 11. Pentingnya kejujuran dan kehalalan dalam aktivitas jual beli di Pasar Lakessi

Narasumber	Hasil wawancara
Nani	“Iye produk halal ini karena langsung di ambil dari kebunnya keluargaku di pinrang baru ku jual di sini... apalagi sayuran kan pasti mi halalnya”
Ria	“Iye produk halal semua ini yang dijual di sini ada semua bungkus kemasan dari pabriknya ini karena di sini pasti di lihat dulu label halalnya apalagi kayak makanan kemasan ini yang datang perdos”
Rosnawati	“Selalu ka utamakan kejujuran saya kalau menjual ka nak karena banyak langgananku... kalau tidak bagus barang ku itu ku kasi kumpul i untuk kasi makan ternak biasanya”
Sahar	“Harus itu kalau jujur dek.. apalagi kalau jual ikan ki itu biasanya kan banyak orang pakai bahan-bahan yang tidak bagus untuk ikannya... kalau saya cari memang ka ikan yang segar langganan memang ka sama distributornya baru ka jual i di pasar”

Narasumber	Hasil wawancara
Usman	“Pasti mi itu di utamakan kejujuran dek... apalagi ada langgananku... harus ki jujur menjual barang.. tidak boleh ki itu jual barang jelek dan busuk... sama ji itu kasi hilang langganannya”

Data wawancara menunjukkan bahwa para pedagang mengutamakan kejujuran dan kehalalan produk dalam melakukan penjualan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa kejujuran dapat memberikan dampak positif kepada penjualan produk mereka selain itu menjual barang yang halal menjadi suatu kewajiban bagi para pedagang. Pendapatan pedagang juga perlu untuk disamaratakan seperti keterangan narasumber sebagai berikut:

Tabel. 12 Pentingnya menyamaratakan Pendapatan Pedagang di Pasar Lakessi

Narasumber	Hasil wawancara
Muhammad Thamrin, S.Sos	“Belum merata pendapatannya pedagang di sini dek... kalau di bagian dalam itu kasian sedikit pendapatannya... sementara di luar banyak pendapatannya pedagang...usaha untuk menyamaratakan pendapatannya pedagan itu dengan melakukan ini... dengan mendorong supaya mau pindah ke dalam menjual”
Ismarini	“ku rasa juga begitu dek... tidak rata pendapatannya ini pedagang di dalam kios pasar dan diluar kios pasar... karena kalau ada pedagang menjual di luar pembeli pasti tidak mau masuk ke dalam begitu juga... pedagang tidak mau masuk menjual di dalam karena pembelinya tidak ada”
Wahyuni	“tidak merata pendapatannya pedagang di sini dek... kalau dirata-rata itu pedagang yang diluar itu lebih banyak pendapatannya karena banyak pembeli diluar daripada di dalam”

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pendapatan pedagang di pasar lakessi masih belum rata sehingga perlu upaya dari pengelola pasar untuk mau bekerja sama dalam menyamaratakan pendapatan pedagang salah satunya dengan menggunakan kios. Penggunaan kios ini bermanfaat agar pedagang

menjadi lebih tertib dan tidak terpecah sehingga pendapatan pedagang menjadi rata tanpa terbagi di bagian dalam dan luar/ area parkir.

Tabel 13. Mendukung program pemerintah untuk kebermanfaatan kios pasar

Narasumber	Hasil wawancara
Haslinda, S.Pdi	“bagus ini pemerintah na bangun kios supaya tidak di luar mi menjual orang”
Heriani	“bangunannya ini bagus mi karena luas tempat jalannya”
Mahluddin	“tidak bagus juga dilihat ada kosong kios ini padahal bagus kalau ramai... kalau banyak penjual di dalam mau ka ji juga saya membeli di dalam”
Zainab	“kasian ini kios nya yang di bangun tidak di pakai padahal suka ka saya itu masuk di dalam cari barang tapi memang sedikit barang yang di jual di dalam jadi terbatas bisa dibeli produk”
Hartati	“Bermanfaat sekali ini.. Cuma mungkin penjual tidak mau masuk karena tidak banyak pembeli”

Pembeli mengungkapkan bahwa kios yang disediakan pemerintah sebenarnya sangat bermanfaat dan bagus untuk ditempati namun banyak pedagang yang tidak menggunakan fasilitas yang disediakan karena merasa kurangnya pembeli yang akan masuk ke dalam untuk membeli produk.

3.2. Pembahasan

Minat Pedagang menggunakan Kios di Pasar Lakessi Kota Parepare

Teori yang diungkapkan oleh Philip Kotler tentang AIDA ini dapat menjadi alat pembahasan dalam mengungkapkan minat pedagang dalam menggunakan Kios di Pasar Lakessi Kota Parepare. Pedagang ingin barang dagangan yang mereka jual cepat habis dan keuntungan yang diperoleh maksimal. Keinginan ini menyebabkan pedagang melakukan berbagai cara agar dapat menjual produknya. Masalah dihadapi pedagang seperti penertiban pedagang oleh pihak tentara dan satpol piki yang berkolaborasi untuk menciptakan ketertiban pasar tidak menyebabkan pedagang berminat untuk menggunakan kios. Kebutuhan akan ekonomi melalui penjualan memotivasi mereka untuk tetap membangun kios di kawasan parkir atau area luar agar memiliki banyak pembeli.

Keinginan untuk tidak kalah untung dengan pedagang lain membuat mereka rela menjual di kawasan yang dilarang oleh pihak pengelola pasar. Namun, setelah dilakukan pengecekan terhadap lokasi yang digunakan untuk berjualan oleh pedagang tidak memiliki izin. Pedagang yang diwawancarai mengaku bahwa sebenarnya mereka tidak memiliki izin untuk menjual di kawasan parkir namun mereka tetap berjualan karena mereka membutuhkan uang untuk kebutuhan sehari-hari. Pedagang merasa sudah cocok menjual di kawasan parkir karena banyak pembeli yang berkunjung ke lapak mereka. Pedagang yang berjualan di kawasan parkir dapat pulang lebih cepat dengan keuntungan yang banyak sehingga mereka dapat eksis pada lingkungan sosial sesama pedagang.

Pedagang yang memiliki kios justru merasakan hal sebaliknya dimana keuntungan yang mereka peroleh lebih sedikit jika dengan sebelum menggunakan kios. Dagangan yang mereka jual banyak yang sisa bahkan busuk karena pembeli yang berkunjung ke kios mereka sedikit. Pedagang bahkan mengalami kerugian karena produk yang mereka jual merupakan barang tidak tahan lama berupa sayuran, buah-buahan dan ikan. Pedagang yang memiliki kios bahkan ingin pindah dari lokasi kios karena merasa pembeli berkurang.

Pembeli sebagai konsumen memberikan pendapat yang menunjukkan ketertarikan dan dorongan untuk berbelanja di area parkir atau area luar. Kemudahan akses dalam membeli barang di area parkir dan area luar menjadi alasan utama pembeli tidak masuk ke dalam kawasan kios. Area parkir yang berada di pinggir jalan membuat pembeli mudah dalam mencari kebutuhannya sehingga dapat pulang lebih cepat dari pasar.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa sebenarnya pedagang mampu untuk pindah ke kios yang telah disediakan oleh pengelola UPTD Pasar Lakessi. Hal ini dapat dilihat dari penjelasan pihak UPTD Pasar Lakessi yang mengatakan bahwa sebelum mengalami revitalisasi telah ada pendataan pedagang dan pengundian lokasi kios bagi pedagang yang mengalami relokasi karena perbaikan bangunan pasar. Pedagang tidak ingin menempati tempat mereka setelah revitalisasi selesai karena setelah relokasi mereka telah merasakan keuntungan jika menjual di area parkir atau area luar.

Proses analisis minat pedagang ini tidak diperoleh secara instan tetapi dilakukan melalui penelitian terhadap indikator yang dikemukakan oleh

philip kotler. Pedagang harus mengetahui berbagai informasi mendasar sebelum memilih menggunakan kios atau membangun lapak seperti pedagang harus memilih lokasi yang strategis, menetapkan harga, dan mengoptimalkan keuntungan.

Pihak pengelola UPTD Pasar Lakessi sudah berupa untuk mendorong pedagang menggunakan kios. Mulai dari memberikan edukasi kepada para pedagang yang berada di area parkir atau area luar, memberikan peringatan terkait penertiban yang akan dilaksanakan, bahkan membahas masalah ini di rapat DPRD Kota Parepare. Usaha yang dilakukan pihak pengelola pasar dirasakan nihil karena pedagang masih ingin berjualan di area parkir atau area luar.

Hasil wawancara kepada pedagang menunjukkan bahwa ada beberapa penolakan yang ditunjukkan oleh pedagang terkait dengan penertiban yang dilakukan oleh pihak pengelola UPTD Pasar Lakessi utamanya pada pembongkaran lapak yang mereka bangun sendiri karena membutuhkan biaya dalam pembangunan lapak tersebut. Pedagang juga tidak merasa puas dengan kios yang dibangun oleh pemerintah karena memiliki ukuran yang relatif kecil dibandingkan dengan kios yang mereka gunakan sebelum revitalisasi, mereka berharap kios yang dapat mereka gunakan lebih besar sehingga mampu menampung barang dagangan yang banyak.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi minat pedagang menggunakan kios pasca revitalisasi di Pasar Lakessi Kota Parepare

Pedagang dalam memilih *kios* yang akan digunakan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

a. Faktor Internal

- 1) Faktor pribadi. Pedagang dalam membuat keputusan untuk menggunakan kios lebih tertarik untuk menggunakan kios yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Faktor ini lah yang mendorong pedagang menggunakan kios lebih dari satu kios atau bahkan tidak menggunakan kios sehingga mereka sering berpindah-pindah tempat di sekitar pasar lakessi. Penggunaan kios ini tergantung dengan keinginan pribadi pedagang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.
- 2) Faktor psikologis. Kepercayaan pedagang kepada pengelola pasar menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pedagang dalam menggunakan kios pasca revitalisasi pasar lakessi. Kepercayaan terhadap pihak pengelola pasar tergolong masih rendah

setelah dilakukannya penertiban. Kepercayaan yang rendah ini membuat pedagang enggan menggunakan kios. Edukasi yang diberikan oleh pihak pengelola UPTD Pasar Lakessi belum dapat mendorong penjual untuk pindah lokasi selain itu cerita-cerita yang menyebar tentang kawasan kios yang sepi pembeli menyebabkan mereka tidak tertarik menggunakan kios.

b. Faktor Eksternal

- 1) Faktor Sosial dan lingkungan menjadi faktor yang mempengaruhi rendahnya minat pedagang untuk menggunakan kios.

a) Para pedagang lain yang juga enggan untuk menggunakan kios pada kawasan yang telah disediakan oleh pemerintah. Keuntungan perdagangan yang menjual di kawasan parkir atau area luar lebih menggiurkan dibandingkan dengan kawasan yang memiliki kios, hal ini menyebabkan kios menjadi tidak terpakai. Dorongan sosial dari pedagang lain untuk membangun kios dikawasan parkir atau area luar memberikan pengaruh signifikan kepada faktor penggunaan minat penggunaan kios pasca revitalisasi.

b) Pembeli di Kawasan kios berjumlah sedikit. Penjual mengungkapkan bahwa pada daerah yang memiliki kios memiliki sedikit pembeli dibandingkan dengan pedagang yang berlokasi di area parkir atau area luar. Pedagang yang memiliki kios berharap dapat menjual di tempat yang ramai. Pedagang yang berjualan di daerah yang memiliki kios juga tergolong sedikit sehingga pembeli tidak tertarik untuk sekedar mengunjungi kawasan kios. Pembeli cenderung malas untuk masuk dan berkunjung ke dalam bangunan untuk membeli kebutuhan mereka. Pembeli yang sepi menjadi salah satu faktor rendahnya minat pedagang menggunakan kios.

- 2) Faktor Kondisi bangunan dan Lokasi juga menjadi salah satu penyebab rendahnya minat pedagang menggunakan kios pasca revitalisasi sebagai berikut:

a) Kios Kecil. Kios yang dibangun oleh pemerintah memiliki ukuran yang

berbeda sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan oleh kementerian perdagangan. Luas rata-rata kios yang dibangun berukuran 1x1 meter. Pedagang menganggap bahwa luas itu tidak cukup untuk menampung barang dagangan yang dimiliki oleh penjual. Kios yang kecil ini mengakibatkan pedagang tidak tertarik untuk menggunakan kios. Pedagang tidak puas dengan kios yang telah dibangun oleh pemerintah karena ukurannya yang kecil. Pedagang bahkan menggunakan beberapa kios untuk menjajakan barang dagangannya agar mudah dapat dijangkau oleh pembeli.

- b) Lokasi Pedagang yang memiliki kios cenderung tersembunyi karena berada di dalam bangunan sehingga mereka tertarik untuk pindah lokasi. Lokasi yang digunakan di dalam kios tidak strategis karena sepi pembeli. Selain itu keuntungan yang diperoleh menjadi berkurang. Namun, tidak sedikit penjual yang merasa cukup dengan kios yang digunakan dan tidak tertarik pindah lokasi. Mereka merasa tidak repot untuk selalu berpindah-pindah di lokasi pasar.
- 3) Faktor ekonomi menjadi faktor yang paling mendorong minat pedagang dalam menggunakan kios
 - a) Keuntungan yang diperoleh oleh pedagang di kawasan kios lebih rendah dibandingkan dengan pedagan di kawasan parkir atau area luar. Kondisi ini menjadi faktor penyebab pedagang tidak berminat untuk menggunakan kios yang telah disediakan oleh pemerintah pasca revitalisasi.
 - b) Kerugian yang diperoleh oleh pedagang yang memiliki kios lebih besar dibandingkan dengan pedagang yang berada di area parkir atau area luar. Kerugian ini disebabkan oleh barang dagangan yang tidak laku karena sepi pembeli. Barang-barang yang mereka jual merupakan barang tidak tahan lama seperti sayur mayur, ikan, buah-buahan dan lain sebagainya. Kerugian ini mengakibatkan minat menggunakan kios pasca revitalisasi menjadi rendah.

- c) Harga retribusi tidak menjadi salah satu faktor dalam minat pedagang dalam menggunakan kios. Retribusi yang diterapkan oleh pengelola pasar disesuaikan dengan lokasi, luas kios dan lain sebagainya. Penentuan harga ini didasarkan pada peraturan yang telah ditetapkan oleh pengelola pasar. Retribusi ini didasarkan pada jumlah kios yang digunakan oleh pedagang. Rata-rata pedagang mengeluarkan uang Rp.2000,- sampai Rp.10.000,- per hari untuk membayarkan retribusi.

Tiga faktor di atas mendorong minat pedagang untuk menggunakan kios pasca revitalisasi pasar lakessi Kota Parepare.

Tinjauan Masalah terhadap Minat Pedagang menggunakan kios Pasca-Revitalisasi Pasar Lakessi Parepare

Pasar menjadi salah satu tempat bagi masyarakat untuk melakukan aktivitas jual beli dalam mencukupi kebutuhannya. Aktivitas di pasar selalu memerlukan pembahasan yang berkaitan dengan masalah.

Masalah mengutamakan tentang kebermanfaat untuk orang banyak. Pada aktivitas pasar masalah dapat ditemukan pada berbagai aktivitas seperti, membeli dan menjual kebutuhan sehari-hari. Masalah juga berkaitan dengan aktivitas lain seperti keamanan, ketertiban dan kenyamanan kondisi pasar.

Kemaslahatan yang diterapkan pada pasar hendaknya memenuhi kriteria yang telah dijelaskan oleh imam malik sebagai berikut:

- a. Manfaatnya sesuai dengan syariah islam yang dimaksud merupakan semua aktivitas yang dilakukan di pasar harus sesuai dengan syariah seperti mekanisme pasar. Wawancara yang dilakukan dengan penjual menunjukkan bahwa dalam melaksanakan aktivitas jual beli pedagang memperhatikan kehalalan produk yang diperdagangkan. Penjual juga menjaga kualitas produk dengan menjual produk baru dan tidak busuk ini sesuai dengan prinsip ekonomi islam.
- b. Manfaatnya masuk akal dan pasti yang dimaksud adalah manfaat tersebut rasional dan tidak memiliki dampak negatif terhadap orang lain. Namun jika dilihat lebih lanjut pada aktivitas pasar lakessi ini belum dapat terlaksana. UPTD Pasar yang ingin tertib menggusur kios-kios penjual yang berdampak buruk bagi penjual

sementara itu penjual yang menjual di area parkir atau area luar juga memberikan dampak buruk karena tidak tertib dan melanggar aturan yang diberikan oleh pengelola pasar.

- c. Manfaatnya berkaitan dengan kepentingan orang banyak. Manfaat yang diberikan oleh adanya aktivitas pasar sangat beragam salah satunya memberikan kemudahan berbelanja kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat. Kepentingan orang banyak berdasarkan wawancara yang dilakukan ini memiliki perbedaan antara beberapa pihak seperti pihak UPTD yang menganggap bahwa kepentingan bersama adalah menciptakan ketertiban dengan masuk ke dalam kios sementara pandangan penjual yaitu memberikan kemudahan kepada pembeli untuk mengakses kebutuhannya.

Umat muslim diperintahkan untuk mengutamakan ketertiban, keindahan dan kebersamaan dalam hidup. Aktivitas pasar yang sesuai dengan syariah islam harus didasarkan pada Al-Quran dan hadis. Dasar ini dijadikan sebagai batasan dalam mewujudkan kemaslahatan dan menghindari mudharat. Indonesia memiliki banyak pasar yang menjadi pusat aktivitas ekonomi untuk mewujudkan kemaslahatan. Tujuan pasar memenuhi kebutuhan merupakan wujud dari masalah yang mengutamakan kepentingan orang banyak. Masalah akan tampak dalam aktivitas di pasar lakessi ketika pedagang, pembeli dan pengelola pasar lakessi saling bekerjasama untuk mencegah mudharat.

Masalah dalam penerapannya di pasar memiliki tujuan untuk mencegah kemudharatan. Pedagang yang tidak menggunakan kios memutuskan untuk membangun kios karena melihat keuntungan yang menggiurkan di area parkir. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar narasumber merasa bahwa menggunakan kios tidak terlalu penting. Fakta yang ditemukan di lapangan ini menunjukkan bahwa perilaku pedagang belum mencerminkan masalah islam yang bertujuan untuk memberikan menciptakan lingkungan yang tertib dan nyaman bagi masyarakat yang beraktivitas di pasar.

Kegigihan pedagang untuk tetap menjual di area parkir untuk mendapatkan untung yang lebih banyak. Setelah diwawancarai mereka mengatakan akan tetap berjualan di area parkir kecuali jika semua pedagang masuk secara bersama-sama di dalam kios atau jika ada penertiban yang dilakukan oleh pengelola UPTD Pasar. Keuntungan yang banyak di area luar pasar mengakibatkan minat menggunakan kios menjadi

rendah sehingga banyak kios yang kosong. Mereka menganggap bahwa menjual di area parkir sudah biasa, tanpa perlu pindah ke kios.

Perilaku yang ditunjukkan oleh pedagang ini menunjukkan perilaku yang kurang sesuai dengan prinsip masalah islam. Hal ini menyebabkan problem antara pedagang dan pengelola UPTD Pasar. Problem ini akan terus berlanjut jika pedagang tidak masuk ke dalam kios. Sementara itu pedagang merasa tidak puas dengan kondisi kios yang disediakan oleh pemerintah.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menemukan bahwa minat pedagang menggunakan kios masih rendah sehingga banyak kios yang terlihat kosong. Hal ini disebabkan oleh pedagang yang ingin berdagang di area parkir dengan membangun lapak sendiri untuk memperoleh keuntungan yang lebih banyak dan dapat bersaing di lingkungan sosial para pedagang. Kios yang dibangun tanpa izin akan ditertibkan oleh pemerintah. Penertiban ini menimbulkan penolakan dan penerimaan dari pedagang. Hal ini disebabkan oleh faktor internal yang meliputi: faktor pribadi dan faktor psikologis. Faktor eksternal meliputi: faktor sosial dan lingkungan, faktor kondisi bangunan dan lokasi, serta faktor ekonomi. Pedagang yang menggunakan kios menunjukkan contoh yang sesuai dengan masalah namun pedagang yang tidak menggunakan kios menunjukkan sikap yang tidak sesuai dengan nilai-nilai islam. Pengelola pasar juga perlu melakukan introspeksi terkait dengan tindakan dalam penertiban pasar yang tidak sesuai dengan nilai-nilai islam.

Saran

Penelitian ini terbatas hanya membahas pada minat pedagang dalam menggunakan kios pasca revitalisasi. Peneliti juga menawarkan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya yang melibatkan studi kasus lebih mendalam tentang tema tersebut. Penelitian interdisipliner kiranya dapat diusahakan dalam menggali dan mengidentifikasi penelitian seperti minat pembeli ataupun peraturan yang berkaitan dengan pengelolaan pasar sehingga banyak topik yang dapat di kaji dalam topik ini.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengungkapkan terimakasih kepada pihak Kepada pihak pengelola UPTD Pasar Lakessi, penjual dan pembeli bersedia untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini. Terimakasih yang mendalam peneliti ucapkan kepada bapak dan ibu

dosen yang telah membimbing peneliti untuk menyelesaikan jurnal ini serta kawan-kawan yang memberikan semangat dan bantuan sehingga jurnal penelitian ini dapat terselesaikan dengan hasil yang baik.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Adinuhraha, Hendri Hermawan. (2018). "Al-Maslahah Al Mursalah Dalam Penentuan Hukum Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4 (1): 63–75.
- Asiah, Nur. (2020). "Maslahah Menurut Konsep Imam Al-Ghazali." *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum* 18 (1): 118–28.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asy-Syatibi. (2003). *Al-Muwafaqat fi Ushul Al-Syari'ah*. Beirut: Dar Al Kutub Al Ilmiah.
- Badan Pusat Statistik. (2022a). *Parepare dalam Angka*. BPS Kota Parepare.
- Badan Pusat Statistik. (2022b). *Konsep Konsumsi dan Pengeluaran*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/subject/5/konsumsi-dan-pengeluaran.html>
- Basri, Rusdaya. (2019). *Ushul Fiqh 1*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Dalle, Darwiyaty. (2021). "Penataan Pasar Semi Modern Lakessi Parepare Dimaksimalkan." Website SINDONEWS. 2021. <https://daerah.sindonews.com/read/349480/713/penataan-pasar-semi-modern-lakessi-parepare-dimaksimalkan-1614499349>.
- Darianto, Darmadi. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merk*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Darmawati. (2019). *Ushul Fiqh*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Dedi, S. (2013). *Ushul Fiqh: Perbandingan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Digdowiseiso, Kumba. (2017). *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Fauzi, H. M., Si, S. S. M., & Firdaus, A. Y. (2018). IMPACTS OF TRADITIONAL MARKET REVITALIZATION ON THE TRADERS ' CAPITAL EXPENDITURES IN SITUBONDO. *2nd International Seminar Series On Regional Dynamic*, 122–129.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, and Dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group.
- Hermawan, Sigit, and Amirullah. (2016). *METODE PENELITIAN BISNIS Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*. Pontianak: Katalog dalam Terbitan.
- Indonesia Investments. (2017). *Penduduk Indonesia*. Indonesia Investments. <https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/penduduk/item67?>
- Jumantoro, Totok, and Samsul Munir Amin. (2009). *Kamus Ilmu Ushul Fiqh*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. (2023). "Pasar Lakessi Parepare Diresmikan." Direktorat Jenderal Cipta Karya. 2023. <http://ciptakarya.pu.go.id/water/post.php?q=1051-Pasar-Lakessi-Parepare-Diresmikan.html>.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2017). *Al-Quran Dan Terjemahnya*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara Peterjemah/ Penafsir Al-Quran.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2021). *PERMENDAG NOMOR 21 TAHUN 2021*. Indonesia: Menteri Perdagangan Republik Indonesia. [https://jdih.kemendag.go.id/pdf/Regulasi/2021/PERMENDAG NOMOR 21 TAHUN 2021.pdf](https://jdih.kemendag.go.id/pdf/Regulasi/2021/PERMENDAG%20NOMOR%2021%20TAHUN%202021.pdf).
- Kominfo. (2019). *Kemendag Revitalisasi Pasar Rakyat untuk Perkuat Ekonomi Kerakyatan*. Artikel GPR. https://www.kominfo.go.id/content/detail/16544/kemendag-revitalisasi-pasar-rakyat-untuk-perkuat-ekonomi-kerakyatan/0/artikel_gpr
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Edisi 9). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, J. Bowen, and J Makens. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 6th ed. Boston: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Lampe, D. R. (1989). The Massachusetts miracle: high technology and economic revitalization. *International Affairs*, 65, 594. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/2621819>
- Lucas, D.B., and S.H Britt. (2018). *Measuring Advertising Effectiveness*. New York: McGraw-Hill.
- Mardani. (2016). *Ushul Fiqh*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Minten, B., & Reardon, T. (2008). Food Prices, Quality, and Quality's Pricing in Supermarkets versus Traditional Markets in Developing Countries. *Agricultural & Applied Economics Association*, 30(3), 480–490. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-9353.2008.00422.x>

- Miswanto, A. (2019). *Ushul Fiqh Metode Ijtihad Hukum Islam Jilid 2*. Yogyakarta: UNIMMA PRESS.
- Mubarok, S. (2021). *Kemashlahatan Ekonomi Islam di Indonesia*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Murdoyatno, Eko. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Diserai Contoh Proposal)*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Muzakkir, A. (2018). *Wujudkan Kota Industri Tanpa Cerobong Asap Lewat RPJMD*. Parepare Kota. <https://pareparekota.go.id/index.php/wujudkan-kota-industri-tanpa-cerobong-asap-lewat-rpjmd/>
- Nursapiah. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal Asri Publishing.
- Nuzuliati, Lumbanraja, P., Gultom, P., & Rini, E. S. (2021). The Effect of Traditional Market Revitalization in Medan City on Competitiveness, Trader Satisfaction and Increases in Sales of Traders with Perceived Value as a Mediation Variable. *Jurnal Proceedings of the 2nd Economics and Business International Conference (EBIC 2019) - Economics and Business in Industrial Revolution 4.0*, 2(Ebic 2019), 457–465. <https://doi.org/10.5220/0009216204570465>
- Parepare Kota. (2022). "Tahun Ini Pasar Lakessi Dikembangkan." Website Resmi Parepare Kota. 2022. <https://pupr.pareparekota.go.id/tahun-ini-pasar-lakessi-dikembangkan/>.
- Purba, Elidawaty, Bonaraja Purba, Ahmad Syafi'i, Fastabiqul Khairad, Darwin Damanik, and Dkk. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Pematangsiantar: Yayasan Kita Menulis.
- Purwandri, Dhiny. (2020). "Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Pasar Manis Purwokerto Kabupaten Banyumas." Universitas Jenderal Soedirman.
- Qadhwari, Y. (1996). *Keluwasan dan Keluasaan Syariat Islam: dalam Menghadapi Perubahan Zaman*. Pustaka Firdaus.
- Raharjo, Dawan. (2014). *Perpektif Deklarasi Makkah Menuju Ekonomi Islam*. Bandung: Mizan.
- Ramayulis. (2011). *Psikologi Agama*. Jakarta: Kalam Mulia.
- Salim, and Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Konseo Dan Aplikasi Ilmu Sosial, Keagamaan, Dan Pendidikan*. Bandung: Cipunustaka Media.
- Saragih, L. S., & Meak, S. V. (2022). Post-revitalization of traditional market in a marketing perspective. *Review of Management, Accounting, and Business Studies*, 1(2), 58–67. <https://doi.org/10.38043/revenue.v1i2.3737>
- Schiffman, and Kanuk. (2015). *Consumer Behavior*. 11th ed. New York: Pearson.
- Setiyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. ANDI.
- Setiawa, Iwan. (2015). "Potensi Destinasi Wisata Indonesia Menuju Kemandirian Ekonomi." *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Dan Call For Paper UNISBANK (SENDI U)*.
- Siregar, Sofyan. (2011). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- STIEBP. (2019). *Strategi Memilih Lokasi Usaha. Inspirasi Bisnis STIEBP*. <https://stiebp.ac.id/strategi-memilih-lokasi-usaha/>
- Suryani, T. (2012). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjipto, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2015). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Widokarti, Joko Rizkie. (2019). *Konsumen, Pemasaran Dan Komunikasi Kontemporer*. Bandung: CV Pustaka Setia.