

**STRATEGI PENGELOLA PASAR SENGGOL PAREPARE
DALAM PENINGKATAN MINAT PENGUNJUNG
(ANALISIS EKONOMI ISLAM)**



Oleh

SYAFRUDDIN
NIM 13.2200.105

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2018

**STRATEGI PENGELOLA PASAR SENGGOL PAREPARE
DALAM PENINGKATAN MINAT PENGUNJUNG
(ANALISIS EKONOMI ISLAM)**



Oleh

SYAFRUDDIN
NIM 13.2200.105

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2018

**STRATEGI PENGELOLA PASAR SENGGOL PAREPARE
DALAM PENINGKATAN MINAT PENGUNJUNG
(ANALISIS EKONOMI ISLAM)**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Hukum**

**Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)**

Disusun dan diajukan oleh

**SYAFRUDDIN
NIM 13.2200.105**

Kepada

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2018

PERSETUJUAN PEMBIMBING

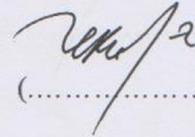
Nama Mahasiswa : Syafruddin
Judul Skripsi : Pengaruh Perubahan Infrastruktur Pasar Senggol Parepare Dalam Peningkatan Minat Pengunjung (Analisis Ekonomi Islam)
NIM : 13.2200.105
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Dasar Penetapan Pembimbing : Sti. 08/PP.00.01/11/2016
Tanggal Persetujuan : 03 April 2018

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Hannani, M.Ag
NIP : 19720518 199903 1011
Pembimbing Pendamping : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP : 19730129 200501 1 004



(.....)



(.....)

Mengetahui:
Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam



Budiman, M.HI
NIP: 19730627 200312 1 004

SKRIPSI

**STRATEGI PENGELOLA PASAR SENGGOL PAREPARE
DALAM PENINGKATAN MINAT PENGUNJUNG
(ANALISIS EKONOMI ISLAM)**

Disusun dan diajukan oleh

SYAFRUDDIN
NIM 13.2200.105

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah

Pada tanggal 19 Maret 2018 dan

Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

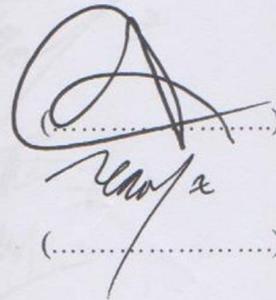
Dosen Pembimbing

PembimbingUtama : Dr. Hannani, M.Ag.

NIP : 19720518 199903 1 011

PembimbingPendamping : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.

NIP : 19730129 200501 1 004



PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare
Dalam Peningkatan Minat Pengunjung (Analisis
Ekonomi Islam)

Nama Mahasiswa : Syafruddin

Nomor Induk Mahasiswa : 13.2200.105

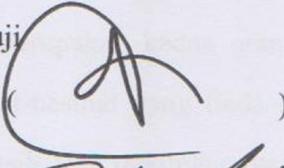
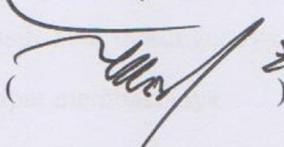
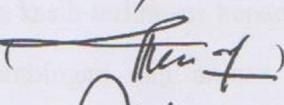
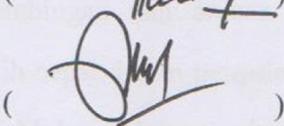
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Muamalah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK.Ketua STAIN Parepare
No. Sti.08/PP.00.01/11/2016

Tanggal Kelulusan : 19 Maret 2018

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Hannani, M. Ag	Ketua	()
Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.	Sekretaris	()
Dr. H. Mahsyar, M.Ag	Anggota	()
Abdul Hamid, S.E., M.M	Anggota	()

Mengetahui:

Ketua STAIN Parepare



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si
NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas semua limpahan rahmat serta hidayahnya yang diberikan kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Tak lupa pula penulis kirimkan salawat serta salam kepada junjungan Nabiullah Muhammad SAW. Nabi yang menjadi panutan bagi kita semua. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna menyelesaikan studi pada Program Studi Muamalah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ayahanda Muslimin dan Ibunda Imana yang merupakan kedua orang tua penulis yang telah memberi semangat, do'a dan nasihat-nasihat yang tiada henti-hentinya. Penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih atas dukungannya, baik berupa moril maupun materil yang belum tentu penulis dapat membalasnya.

Selain itu, penulis ingin pula mengucapkan terima kasih terkhusus kepada Dr. Hannani, M.Ag selaku pembimbing I atas segala bimbingan dan arahan yang diberikan kepada saya serta motivasi untuk bergerak lebih cepat dalam penyelesaian studi peneliti, dan kepada Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag., selaku pembimbing II atas segala bimbingan, arahan, bantuan, dan motivasinya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis juga mendapatkan banyak bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Untuk itu perkenankan penulis untuk mengucapkan terima kasih pula yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si, selaku ketua STAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di STAIN Parepare
 2. Budiman, M.HI, selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa
 3. Seluruh bapak dan ibu dosen pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studinya
 4. Kepala perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan STAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi skripsi ini
 5. Kepala sekolah, guru, dan staf Sekolah Dasar Inpres Banga-bangae, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 3 Tanete Riaja, dan Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 4 Parepare tempat penulis pernah mendapatkan pendidikan dan bimbingan di bangku sekolah.
 6. Saudara Sabril dan Sahrir yang terus menyemangati agar skripsi ini cepat selesai.
 7. Sahabat-sahabat La rema': Alwi Bahari S.H, Iqbal S.H, Darmawansyah Hamzah, Desy Arum Sunarta S.H, Annur Ramadhani, Hj. Nurmianti, Eka Julianti kalian telah mengajarkan arti kebersamaan dan terima kasih untuk hari-hari bahagia yang telah kalian ciptakan
 8. Kepada Ema Putri Wijayanti, Fitri Yani, dan Ayu Astari
 9. Teman-teman dan segenap kerabat yang tidak sempat disebutkan satu persatu.
- Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

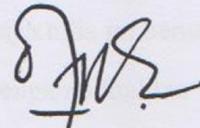
Oleh karena itu, penyusun dengan sangat terbuka dan lapang dada mengharapkan

adanya berbagai masukan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak mendapat balasan yang pantas dan sesuai dari Allah SWT. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini dinilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada lingkungan Program Studi Muamalah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Parepare. Akhirnya, semoga aktivitas yang kita lakukan mendapat bimbingan dan ridho dari-Nya. Amin

Parepare, 03 April 2018

Penulis



SYAFRUDDIN
NIM. 13.2200.105

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

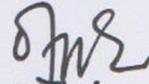
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syafruddin
Nim : 13.2200.105
Tempat/Tgl. Lahir : Barru, 16 Juli 1994
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah(Muamalah)
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Perubahan Infrastruktur Pasar Senggol Parepare
Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung (Analisis Ekonomi Islam)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 03 April 2018

Yang menyatakan,



Syafruddin

NIM. 13.2200.105

ABSTRAK

Syafruddin. Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung (dibimbing oleh Hannani dan Muhammad Kamal Zubair)

Infrastruktur dalam sebuah negara menjadi penentu terhadap perkembangannya dan juga menjadi daya tarik tersendiri. Begitupun di sebuah daerah, tempat tertentu dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi daerah tersebut. Keberadaan pasar malam menjadi salah satu daya tarik dan juga sebagai pusat perbelanjaan bagi masyarakat. Perbaikan serta pengembangan infrastruktur guna memberikan peningkatan terhadap minat masyarakat menjadi perlu dikarenakan perubahan yang terjadi seiring perubahan jaman. Dalam menganalisis manajemen strategi terlebih dahulu diperlukan adanya analisis faktor lingkungan, yang terdiri dari analisis faktor lingkungan internal dan analisis faktor lingkungan eksternal. Dimensi internal dalam manajemen strategi adalah kondisi organisasi pada saat sekarang berupa kekuatan dan kelemahan yang harus diketahui secara tepat untuk merumuskan rencana strategi yang berjangka panjang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh pengelola pasar senggol dalam peningkatan minat pengunjung. Serta mengetahui minat pengunjung setelah adanya perubahan infrastruktur.

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis data kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi awal yang dilakukan oleh pihak pengelola adalah dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat. Strategi yang selanjutnya adalah sesuai dengan visi dan misi yang dimiliki oleh pihak pengelola pasar senggol. Serta memperhatikan maksud dan tujuan untuk meningkatkan minat pengunjung terhadap pasar senggol maka dilakukan pembangunan infrastruktur. Terdapat Faktor-faktor yang mempengaruhi minat dapat berupa faktor internal maupun eksternal. Selain perubahan infrastruktur, hal yang lain dapat mempengaruhi minat pengunjung dapat berupa pengalaman konsumsi (menggunakan), faktor sosial, sejarah masa lalu, pekerjaan, latar belakang sosial-ekonomi, usia, produk dan pelayanan yang ada di pasar senggol Parepare.

Kata Kunci: Strategi Pengelola : pasar senggol, minat pengunjung dan ekonomi Islam.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Tinjauan Teoritis.....	6
2.2.1 Teori Strategi.....	6
2.2.2 Teori Minat.....	13
2.2.3 Ekonomi Islam.....	21
2.3 Tinjauan Konseptual.....	32
2.4 Kerangka Pikir.....	49

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
3.3 Fokus Penelitian.....	51
3.4 Jenis dan Sumber Data yang digunakan.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	56
4.2 Strategi Pengelola Pasar Senggol dalam Pengelolaan Pasar.....	62
4.3 Minat Pengunjung Pasar Senggol Setelah Adanya Peubahan Infrastruktur.....	70
4.4 Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Strategi Pengembangan yang digunakan oleh Pengelola Pasar Senggol dalam Meningkatkan Minat Pengunjung.....	78
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

NO	JUDUL LAMPIRAN
1	Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Narasumber
2	Surat Keterangan Wawancara
3	Surat Izin Melakukan Penelitian Dari STAIN Parepare
4	Surat Izin Penelitian Dari Pemerintah
5	Surat Keterangan Penelitian
6	Dokumentasi Skripsi
7	Riwayat Hidup



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Infrastruktur dalam sebuah negara menjadi penentu terhadap perkembangannya dan juga menjadi daya tarik tersendiri. Begitupun di sebuah daerah, tempat tertentu dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi daerah tersebut. Keberadaan pasar malam menjadi salah satu daya tarik dan juga sebagai pusat perbelanjaan bagi masyarakat. Pembangunan demi pembangunan dilakukan oleh pemerintah dalam rangka perbaikan pelayanan terhadap masyarakat.

Kota Parepare adalah salah satu daerah tingkat di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Di awal perkembangannya, dataran tinggi yang sekarang disebut kota parepare. Keberadaan pasar senggol menjadi salah satu aspek pendukung yang sadar tidak sadar menjadi identitas tersendiri dan wujud keunikan dan pengenalan akan potensi atau nilai lebih wilayah parepare.¹Kota Parepare yang dikenal sebagai masyarakat madani, kemudian keindahan pantainya, nelayannya serta potensi perdagangannya, terkhusus pada pasar senggol. Potensi pasar senggol dalam perkembangan ekonomi kerakyatan atau pendapatan asli daerah (PAD), baik masyarakat sendiri sebagai subjek dan pemerintah yang mewadahi dan mendukung langkah ini, dikarenakan terdapat banyak keuntungan yang dihasilkan oleh prospek perdagangan ini dalam perkembangan ekonomi masyarakat dan kota parepare.²

¹Eka Suhartono, "Laporan Penelitian Perdagangan Cakar Kota Parepare Sulawesi Selatan", *Blog Eka Suhartono*. <http://antropologimakassar.blogspot.co.id/2014/02/laporan-penelitian-perdagangan-cakar.html?m=1> (20 Mei 2017).

²"Kota Parepare", *Wikipedia*. http://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Parepare (20 Januari 2017).

Pasar malam senggol di Kota Parepare, Sulawesi Selatan menjadi semakin indah. Sebelum dilakukan renovasi, pasar ini tampak gelap dan semrawut. Namun, kini pasar tersebut dibanjiri cahaya lampu. Pasar yang menelan anggaran senilai Rp. 9 Miliar yang dikerjakan oleh PT Purnama Karya Nugraha tersebut memiliki keunikannya tersendiri.³ Melalui perbaikan pasar senggol, pemerintah menggunakannya sebagai strategi dalam peningkatan minat pengunjung.

Menurut Hunger dan Wheelen proses manajemen strategis meliputi empat elemen dasar: (1) pengamatan lingkungan, (2) perumusan strategi, (3) implementasi strategi, dan (4) evaluasi dan pengendalian. Dalam menganalisis manajemen strategi terlebih dahulu diperlukan adanya analisis faktor lingkungan, yang terdiri dari analisis faktor lingkungan internal dan analisis faktor lingkungan eksternal. Dimensi internal dalam manajemen strategi adalah kondisi organisasi pada saat sekarang berupa kekuatan dan kelemahan yang harus diketahui secara tepat untuk merumuskan rencana strategi yang berjangka panjang. Kondisi internal tersebut perlu dianalisis untuk diketahui keadaannya secara tepat. Faktor lingkungan internal antara lain tentang sumber daya manusia (sdm) dari segi kuantitatif dan kualitatif, teknologi termasuk sarana dan prasarana, sistem penganggaran dan prediksi anggaran yang tersedia, sikap dan komitmen manajemen puncak dan lain-lain. Sedangkan dimensi lingkungan eksternal pada dasarnya merupakan analisis terhadap lingkungan sekitar organisasi yang mencakup lingkungan operasional, lingkungan nasional dan lingkungan global (internasional), yang mencakup berbagai aspek atau konsisi sosial politik, sosial ekonomi, sosial budaya, kependudukan, kemajuan dan perkembangan

³Sulsel.pojoksatu.id/read/2016/01/28/setelah-renovasi-pasar-senggol-parepare-kini-jadi-idola/ (20 Oktober 2017).

ilmu dan teknologi, adat istiadat, agama dan lain-lain.⁴ Perbaikan serta pengembangan infrastruktur guna memberikan peningkatan terhadap minat masyarakat menjadi perlu dikarenakan perubahan yang terjadi seiring perubahan jaman. Menurut Kotler dan Keller, minat beli konsumen adalah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.⁵

Dilain sisi, hal tersebut sebagai penentu dalam tujuan perbaikan kualitas serta memberikan pelayanan terhadap masyarakat, penggunaan manajemen strategis yang tepat menjadi penentu besar. Manajemen strategis saat ini harus menjadi fondasi dasar atau pedoman untuk pengambilan keputusan dalam organisasi. Ini adalah proses berkesinambungan dan terus menerus.⁶ Ilmu ekonomi Islam memperlihatkan dan menerapkan syariah dalam perilaku ekonomi dan dalam pembentukan sistem ekonomi, ilmu ekonomi Islam bukan hanya merupakan pengetahuan normatif, tetapi juga positif, yakni menganalisa kegiatan ekonomi (perilaku) manusia secara empiris.⁷

Oleh karena itu, dalam hal ini peneliti tertarik melihat strategi yang digunakan oleh pengelola pasar senggol dalam meningkatkan minat pengunjungnya. Dalam hal ini peneliti akan meneliti mengenai **“strategi pengelola pasar senggol parepare dalam peningkatan minat pengunjung (analisis ekonomi Islam)”**.

⁴Nawawi Hadari, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005), h. 157-158.

⁵Jurnal Manajemen, *Membangun Minat Beli: Definisi, Faktor-faktor yang Mempengaruhi* <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definis-faktor.html> (12 April 2017).

⁶“Manajemen Strategis”, *Wikipedia*. https://id.m.wikipedia.org/wiki/Manajemen_strategis. (22 Januari 2017).

⁷Hidayat Mohamad, *The Sharia Economic*, h. 28.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas maka dapat ditarik rumusan masalah:

- 1.1.1 Bagaimana strategi pengembangan yang digunakan oleh pengelola pasar dalam meningkatkan minat pengunjung ?
- 1.1.2 Bagaimana minat pengunjung setelah adanya perubahan infrastruktur ?
- 1.1.3 Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pengembangan yang digunakan oleh pengelola pasar dalam meningkatkan minat pengunjung ?

1.3 Tujuan penelitian

- 1.3.1 Mengetahui strategi pengembangan yang digunakan oleh pengelola pasar dalam meningkatkan minat pengunjung.
- 1.3.2 Mengetahui minat pengunjung setelah adanya perubahan infrastruktur.
- 1.3.3 Mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pengembangan yang digunakan oleh pengelola pasar dalam meningkatkan minat pengunjung

1.4 Kegunaan penelitian

- 1.4.1 Kegunaan teoritis, bagi akademisi penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan pemikiran dalam bidang ekonomi Islam.
- 1.4.2 Kegunaan praktis, bagi pemerintah dan masyarakat hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi kepada pemerintah dan masyarakat khususnya yang sebagai *stakeholder* di pasar senggol mengenai pengaruh perubahan infrastruktur.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang mengkaji mengenai pengaruh infrastuktur terhadap tingkat minat pembeli:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh ummu sholihah dengan judul “strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang (studi kasus di pasar kliwon karanglewas, banyumas, jawa tengah)”⁸. penelitian ini lebih memfokuskan pada tujuan untuk mencapai tujuannya dengan efektif dan memuaskan yang menggunakan teori parasuraman tentang dimensi kepuasan pelayanan dan jasa. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan seberapa besar pengaruh penggunaan strategi perbaikan infrastruktur terhadap minat pengunjung.

Kedua, penelitian yang berjudul “manajemen strategi pengelolaan ketertiban pasar baru kota cilegon”⁹, yang dilakukan oleh dede juliadi, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas sultan ageng tirtayasa serang 2012. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti akan lakukan adalah dari jenis fokus penelitiannya, pada penelitian ini lebih berfokus pada pengelolaan ketertiban sedangkan yang akan dilakukan oleh peneliti adalah lebih berfokus pada minat pengunjung.

⁸[www.repository.iainpurwokerto.ac.id/121/3/UMMU%20SHOLIAH_STRATEGI%20PENGEKMBANGAN%20PASAR%20TRADISIONAL%20DALAM%20MENINGKATKAN%20KEPUASAN%20PEDAGANG%20\(Studi%20kasus%20di%20Pasar%20Kliwon%20Karanglewas,%20Banyumas,%20Jawa%20Tengah\).pdf](http://www.repository.iainpurwokerto.ac.id/121/3/UMMU%20SHOLIAH_STRATEGI%20PENGEKMBANGAN%20PASAR%20TRADISIONAL%20DALAM%20MENINGKATKAN%20KEPUASAN%20PEDAGANG%20(Studi%20kasus%20di%20Pasar%20Kliwon%20Karanglewas,%20Banyumas,%20Jawa%20Tengah).pdf) (23 Januari 2017).

⁹www.repository.fisip-untirta.ac.id/32/1/SKRIPSI_DEDE_JULIADI_6661072642.pdf (23 Januari 2017).

2.2 Tinjauan Teoretis

Teori yang digunakan untuk membantu menjawab rumusan masalah yang ada adalah teori strategi, ekonomi Islam, dan minat.

2.2.1 Teori Strategi

2.2.1.1 Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani “*stratego*”, yaitu gabungan dari kata *stratos* yang berarti tentara dan *ego* yang berarti pimpinan. Makna strategi dalam dunia kemiliteran ialah ilmu untuk merencanakan dan mengarahkan operasi-operasi militer berskala besar dalam menggerakkan pasukan keposisi yang paling menguntungkan sebelum pertempuran sebenarnya dengan musuh dilakukan.¹⁰

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, strategi didefinisikan sebagai taktik, ilmu menggunakan sumber daya manusia untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam berperang; rencana langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis dalam perang.

Strategi menurut Chandler dalam Rangkuji adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.¹¹ Sedangkan menurut Reksohadiprodjo strategi adalah pola tindak manajemen untuk mencapai tujuan badan usaha.¹²

Strategi dapat berjalan apabila terdapat sesuatu yang mengatur strategi tersebut, yang biasanya disebut dengan manajemen strategi. Menurut Nawawi manajemen strategi adalah usaha manajerial menumbuhkembangkan kekuatan

¹⁰Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktek dan Riset Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 334.

¹¹Freddy Rangkuji, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 4.

¹²Sukanto Reksohadiprodjo, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: BPFE, 2003), h. 1.

organisasi untuk mengeksploitasi peluang yang muncul guna mencapai tujuannya yang telah ditetapkan sesuai dengan misi yang telah ditentukan.¹³

Menurut hunger dan wheelen proses manajemen strategis meliputi empat elemen dasar: (1) pengamatan lingkungan, (2) perumusan strategi, (3) implementasi strategi, dan (4) evaluasi dan pengendalian. Dalam menganalisis manajemen strategi terlebih dahulu diperlukan adanya analisis faktor lingkungan, yang terdiri dari analisis faktor lingkungan internal dan analisis faktor lingkungan eksternal. Dimensi internal dalam manajemen strategi adalah kondisi organisasi pada saat sekarang berupa kekuatan dan kelemahan yang harus diketahui secara tepat untuk merumuskan rencana strategi yang berjangka panjang. Kondisi internal tersebut perlu dianalisis untuk diketahui keadaannya secara tepat. Faktor lingkungan internal antara lain tentang sumber daya manusia (sdm) dari segi kuantitatif dan kualitatif, teknologi termasuk sarana dan prasarana, sistem penganggaran dan prediksi anggaran yang tersedia, sikap dan komitmen manajemen puncak dan lain-lain. Sedangkan dimensi lingkungan eksternal pada dasarnya merupakan analisis terhadap lingkungan sekitar organisasi yang mencakup lingkungan operasional, lingkungan nasional dan lingkungan global (internasional), yang mencakup berbagai aspek atau konsisi sosial politik, sosial ekonomi, sosial budaya, kependudukan, kemajuan dan perkembangan ilmu dan teknologi, adat istiadat, agama dan lain-lain.¹⁴

¹³Nawawi Hadari, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005), h. 148.

¹⁴Nawawi Hadari, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*, h. 157-158.

2.2.1.2 Strategi pengembangan

Pengembangan organisasi merupakan bagian dari ilmu pengetahuan. Di masa depan, berbagai jenis organisasi hanya akan berkembang dan maju apabila cepat tanggap terhadap arus perubahan yang terjadi.¹⁵ pengembangan dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan.¹⁶

Margulies dan raia menekankan bahwa pengembangan organisasi adalah proses penilaian sendiri (*self assessment*) dan perubahan berencana berdasarkan sistem nilai (*value based*), yang mencakup strategi dan teknologi spesifik, yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas suatu sistem organisasi secara keseluruhan.¹⁷

Pendekatan pengembangan organisasi dapat pula dianggap sebagai rencana untuk memanfaatkan sumber-sumber daya yang memadai bagi revitalisasi organisasi. Dengan cara itu orang mengharapkan pertumbuhan dan pendapatan yang bersinambung itu perlu berada di dalam pengawasannya sendiri. Upaya ini

¹⁵Fathul Aminuddin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam* (Cilacap: Pustaka El- Bayan, 2012), h. 194.

¹⁶J. Winardi, *Manajemen Perubahan: (The Management of Change) Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2015), h. 140.

¹⁷Komaruddin, *Manajemen Berdasarkan Sasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 1990), h. 223-224.

berhubungan dengan upaya untuk membebaskan diri dan ketergantungan dan meningkatkan kemampuan otonomi dalam pembuatan keputusan-keputusan.¹⁸

2.2.1.3 Tingkatan strategi

2.2.1.3.1 Menurut higgins menjelaskan adanya empat tingkatan strategi sebagai berikut:¹⁹

2.2.1.3.1.1 *Enterprise strategy*

Strategi ini berkaitan dengan respon masyarakat, setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat, dimana mereka mempunyai interes dan tuntutan yang sangat bervariasi terhadap organisasi, sehingga perlu diberi perhatian oleh para penyusun strategi. Strategi juga menunjukkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

2.2.1.3.1.2 *Corporate strategy*

Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga sering disebut *grand strategy* yang meliputi bidang apa yang digeluti oleh suatu organisasi. Pada penelitian ini, *corporate strategy* yang di maksud adalah pihak pemerintah Kota Parepare yang berperan dalam pengembangan dan perbaikan infrastruktur Pasar Senggol.

¹⁸Komaruddin, *Manajemen Berdasarkan Sasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 1990), h. 227.

¹⁹J Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategik: untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit* (Jakarta: Grasindo, 2003), h. 101-104.

2.2.1.3.1.3 *Business strategy*

Strategi ini menjelaskan bagaimana merebut pasaran ditengah masyarakat atau bagaimana untuk meraih keunggulan komparatif. Strategi ini dimaksudkan untuk dapat memperoleh keuntungan strategik yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik.

2.2.1.3.1.4 *Functional strategy*

Strategi ini merupakan pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain. Ada 3 strategi fungsional, yaitu:

2.2.1.3.1.4.1 Strategi fungsional ekonomi, yaitu mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai kesatuan ekonomi yang sehat.

2.2.1.3.1.4.2 Strategi fungsional manajemen, yaitu mencakup fungsi-fungsi manajemen.

2.2.1.3.1.4.3 Strategi isu strategik, fungsi utamanya ialah mengontrol lingkungan, baik lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui atau selalu berubah.

2.2.1.3.2 Tingkatan strategi yang disampaikan oleh higgins, hampir senada dengan yang diungkapkan oleh kooten. Kooten menjelaskan tentang tipe-tipe strategi, antara lain sebagai berikut:²⁰

²⁰ J Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategik: untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit* (Jakarta: Grasindo, 2003), h. 104-105.

2.2.1.3.2.1 *Corporate strategy* (strategi organisasi)

Berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai dan inisiatif-inisiatif strategik yang baru. Pembatasan-pembatasan diperlukan, yaitu apa yang dilakukan dan untuk siapa.

2.2.1.3.2.2 *Program strategy* (strategi program)

Lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategi dari suatu program tertentu. Apa kira-kira dampaknya apabila suatu program tertentu dilancarkan atau diperkenalkan, apa dampaknya bagi sasaran organisasi.

2.2.1.3.2.3 *Resource support strategy* (strategi pendukung sumber daya)

Memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya itu dapat berupa tenaga, keuangan, teknologi dan sebagainya.

2.2.1.3.2.4 *Institutional strategy* (strategi kelembagaan)

Fokusnya ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategik.

2.2.1.3.3 Cara agar strategi yang dibuat dapat sukses

Para eksekutif perlu menjamin bahwa strategi yang mereka susun dapat berhasil dengan meyakinkannya. Buka saja dipercaya oleh orang lain, tetapi memang dapat

dilaksanakan. Untuk itu ada beberapa petunjuk agar bagaimana suatu strategi dibuat sehingga ia bisa sukses, yaitu:²¹

2.2.1.3.3.1 Strategi haruslah konsisten dengan lingkungannya, jangan membuat strategi yang melawan arus. Ikutilah arus perkembangan dalam masyarakat, dalam lingkungan yang memberi peluang untuk bergerak maju.

2.2.1.3.3.2 Setiap organisasi hanya membuat satu strategi. Tergantung pada ruang lingkup kegiatannya, apabila ada banyak strategi yang dibuat maka strategi yang satu haruslah konsisten dengan strategi yang lainnya. Jangan bertentangan atau bertolak belakang. Semua strategi hendaknya diserasikan satu dengan yang lain.

2.2.1.3.3.3 Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya tidak menceraiberaikan satu dengan yang lain. Persaingan tidak sehat antar berbagai unit kerja dalam suatu organisasi sering kali mengklaim sumber dayanya, membiarkannya terpisah dari unit kerja lainnya sehingga kekuatan-kekuatan yang tidak menyatu itu justru merugikan posisi organisasi.

2.2.1.3.3.4 Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik-titik yang justru adalah kelemahannya. Selain itu, hendaknya juga memanfaatkan kelemahan pesaing dan membuat langkah-langkah yang tepat untuk menempati posisi kompetitif yang lebih kuat.

²¹J Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategik: untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit* (Jakarta: Grasindo, 2003), h. 108-109.

- 2.2.1.3.3.5 Sumber daya adalah sesuatu yang kritis. Mengingat strategi adalah sesuatu yang mungkin, jadi harus membuat sesuatu yang memang layak dan dapat dilaksanakan
- 2.2.1.3.3.6 Strategi hendaknya memperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar. Memang tidak setiap strategi mengandung resiko, tetapi haruslah berhati-hati sehingga tidak menjerumuskan organisasi kedalam lubang yang besar. Oleh sebab itu, suatu strategi haruslah dapat selalu dikontrol.
- 2.2.1.3.3.7 Strategi hendaknya disusun di atas landasan keberhasilan yang telah dicapai, jangan menyusun strategi di atas kegagalan.
- 2.2.1.3.3.8 Tanda-tanda dari suksesnya strategi ditampakkan dengan adanya dukungan pihak-pihak yang terkait, dan terutama dari para eksekutif, dari semua pimpinan unit kerja dalam organisasi.

Suatu strategi hendaknya mampu memberikan informasi agar lebih mudah dipahami oleh setiap individu dalam suatu instansi atau organisasi seperti dinas pengelolaan pasar, sebagai sebuah instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang pengelolaan pasar. Menurut donelly, ada enam informasi yang tidak boleh dilupakan dalam strategi, yaitu: (1) apa yang dilakukan; (2) mengapa demikian, suatu uraian tentang alasan yang dipakai dalam menentukan apa diatas; (3) siapa yang bertanggung jawab untuk atau mengoperasionalkan strategi; (4) berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk menyukseskan strategi; (5) berapa lama waktu yang diperlukan untuk operasionalisasi strategi tersebut; (6) hasil apa yang diperoleh dari strategi itu.²²

²²J Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategik: untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit* (Jakarta: Grasindo, 2003), h. 109.

2.2.2 Teori minat

2.2.2.1 Pengertian minat

Minat merupakan suatu persoalan yang objeknya berwujud serta dapat menimbulkan dampak positif dan tidak jarang pula menimbulkan dampak yang negatif. Jadi, minat dapat dikatakan erat hubungan dengan kepribadian seseorang. Sejalan dengan pengertian tersebut, menurut djaali minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikam pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya.

2.2.2.1.1 Pengertian minat beli menurut beberapa ahli adalah:

2.2.2.1.1.1 Mehta: mendefinisikan minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.²³

2.2.2.1.1.2 Kotler dan Keller: minat beli konsumen adalah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.²⁴

2.2.2.1.1.3 Mowen: minat beli adalah sesuatu yang diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini

²³M. Susilo Aditya Laksono, *Pengertian Minat Beli dan Faktor-faktor yang mempengaruhi menurut ahli*, Adityolaksono26.blogspot.com/2015/03/pengertian-minat-beli-dan-faktor-faktor.html?m=1 (01 April 2017).

²⁴Jurnal Manajemen, *Membangun Minat Beli: Definisi, Faktor-faktor yang Mempengaruhi* <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definis-faktor.html> (12 April 2017).

menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu.²⁵

2.2.2.1.1.4 Howard: minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk, baik para pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variable minat untuk memprediksi perilaku konsumen dimasa yang akan datang.²⁶

2.2.2.1.1.5 Minat menurut Mappiare, merupakan seperangkat mental yang terdiri dari campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, atau kecenderungan yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Hal ini berarti bahwa selain perasaan senang, seseorang yang mempunyai minat terhadap objek, aktivitas, dan situasi tertentu, mereka juga mempunyai harapan-harapan yang ingin diperoleh dengan objek minat tersebut. Sehingga jika suatu objek diyakini mampu memenuhi harapan seseorang, maka ia akan cenderung memilih objek tersebut.

²⁵Roni Andesp, *Minat Beli*, <http://mutiaralumpur.blogspot.com/2011/11/minat-beli.html?m=1> (12 April 2017).

²⁶Solihul Hadi, *Mengenai Minat Beli*, <http://ilmubisnisoke.blogspot.com/2011/01/mengenai-minat-beli.html?m=1> (12 April 2017).

- 2.2.2.1.1.6 Gunarso, mengartikan bahwa minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu objek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut.
- 2.2.2.1.1.7 Woodworth dan Marquis berpendapat, minat merupakan suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan objek yang menarik baginya. Oleh karena itu, minat dikatakan sebagai suatu dorongan untuk berhubungan dengan lingkungannya, kecenderungan untuk memeriksa, menyelidiki atau mengerjakan suatu aktivitas yang menarik baginya. Apabila individu menaruh minat terhadap sesuatu hal ini disebabkan objek itu berguna untuk memenuhi kebutuhannya.
- 2.2.2.1.1.8 Crow & crow menyatakan bahwa minat adalah dasar bagi tugas hidup untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Seseorang yang mempunyai minat terhadap sesuatu maka akan menampilkan suatu perhatian, perasaan dan sikap positif terhadap sesuatu hal tersebut.
- 2.2.2.1.1.9 Menurut Chaplin, minat merupakan suatu sikap yang kekal, mengikutsertakan perhatian individu dalam memilih objek yang dirasakan menarik bagi dirinya dan minat juga merupakan suatu keadaan dari motivasi yang mengarahkan tingkah laku pada tujuan tertentu. Minat pandang dianggap sebagai reaksi yang sadar, karena itu kesadaran atau info tentang suatu objek harus ada terlebih dahulu daripada datangnya minat terhadap objek tersebut, cukup kalau individu merasa bahwa objek tersebut menimbulkan perbedaan bagi dirinya.

Dari uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa minat merupakan suatu rasa suka/senang, dorongan atau ketertarikan dari dalam diri seseorang yang mengarahkannya pada objek yang diminatinya.

2.2.2.2 Karakteristik minat

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Terbentuknya minat diawali oleh perasaan senang dan sikap positif. Terdapat tiga karakteristik minat, yaitu sebagai berikut:

- 2.2.2.2.1 Minat menimbulkan sikap positif dari suatu objek.
- 2.2.2.2.2 Minat adalah sesuatu yang menyenangkan dan timbul dari suatu objek.
- 2.2.2.2.3 Minat mengandung unsur penghargaan, mengakibatkan suatu keinginan, dan kegairahan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan.

2.2.2.3 Unsur-unsur minat

Seseorang dikatakan berminat terhadap sesuatu bila individu itu memiliki beberapa unsur antara lain:

2.2.2.3.1 Perhatian

Seseorang dikatakan berminat apabila individu disertai adanya perhatian, yaitu kreativitas jiwa yang tinggi yang semata-mata tertuju pada suatu objek, jadi

seseorang yang berminat terhadap sesuatu objek yang pasti perhatiannya akan memusat terhadap objek tersebut.

2.2.2.3.2 Kesenangan

Perasaan senang terhadap sesuatu objek baik orang atau benda akan menimbulkan minat pada diri seseorang, orang merasa tertarik kemudian pada gilirannya timbul keinginan yang dikehendaki agar objek tersebut menjadi miliknya. Dengan demikian maka individu bersangkutan berusaha untuk mempertahankan objek tersebut.

2.2.2.3.3 Kemauan

Kemauan yang dimaksud adalah dorongan yang terarah pada suatu tujuan yang dikehendaki oleh akal pikiran. Dorongan ini akan melahirkan timbulnya suatu perhatian terhadap suatu objek. Sehingga dengan demikian akan muncul minat individu yang bersangkutan.

2.2.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena perasaan senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang pada jenis-jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat dapat berupa faktor internal maupun eksternal. Selain itu, faktor-faktor yang menimbulkan minat pada diri seseorang

terhadap sesuatu dapat digolongkan sebagai berikut: (1) faktor kebutuhan dari dalam; (2) faktor motif sosial dan (3) faktor emosional.

Swasta dan irawan mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Super dan crites menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu.²⁷

2.2.2.5 Indikator minat beli

2.2.2.5.1 Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktifitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain. Melalui perbedaan pekerjaan yang dimiliki setiap orang, menjadikan kebutuhan tiap orang berbeda-beda. Orang-orang yang bekerja di perkantoran lebih memerlukan peralatan kantor dibandingkan orang-orang yang bekerja pada bidang kuliner.

2.2.2.5.2 Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah. Keadaan ini menjadikan kebutuhan dan minat seseorang berbeda-beda. Seseorang dengan keadaan sosial ekonomi yang lebih tinggi dapat dengan mudah mendapatkan barang yang mereka inginkan. Sedangkan, seseorang dengan

²⁷Jurnal Manajemen, *Membangun Minat Beli*, <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html> (12 April 2017).

keadaan sosial ekonomi rendah akan menyesuaikan kebutuhan dan minatnya terhadap suatu barang.

- 2.2.2.5.3 Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya. Hobi juga menjadi faktor penentu dalam hal minat seseorang terhadap sesuatu. Seseorang dengan hobi travelling akan lebih mencari tempat-tempat yang sesuai dengan kebutuhan travelling mereka. Berbeda dengan orang-orang yang memiliki hobi terhadap barang antik, akan memiliki minat yang lebih tinggi pada tempat penjualan barang antik.
- 2.2.2.5.4 Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja. Pola belanja wanita dan pria dapat dikatakan sangat berbeda. Pada wanita, kecenderungan untuk mendapatkan harga lebih murah adalah hal yang utama. Oleh karenanya, minat terhadap tempat ataupun pasarpun berbeda. Wanita lebih cenderung memilih tempat perbelanjaan yang dapat melakukan proses tawar-menawar seperti yang terjadi di pasar tradisional.
- 2.2.2.5.5 Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang. Kebutuhan seseorang disetiap usia sangatlah berbeda-beda. Kebutuhan pada usia sekolah lebih berfokus pada peralatan sekolah. Lain halnya dengan remaja wanita yang lebih berfokus pada penampilan, seperti alat make up ataupun pakaian.

Menurut Ferdinand, minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:²⁸

- 2.2.2.5.6 Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2.2.2.5.7 Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 2.2.2.5.8 Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- 2.2.2.5.9 Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.2.3 Pasar

2.2.3.1 Pengertian Pasar dalam Islam

Pasar didefinisikan sebagai sarana pertemuan antara penjual dan pembeli, dimana seorang pembeli datang ke pasar dengan membawa suatu permintaan barang tertentu untuk bertemu dengan penjual yang membawa penawaran barang yang sama juga. Dan hasil dari pertemuan tersebut akan menghasilkan kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang tingkat harga dan jumlah barang dalam transaksi. Jika terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli maka terjadilah ketetapan harga atas suatu barang dalam transaksi tersebut.²⁹

²⁸M. Susilo Aditya Laksono, *Pengertian Minat Beli dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*, Adityolaksono26.blogspot.com/2015/03/pengertian-minat-beli-dan-faktor-faktor.html?m=1 (12 April 2017).

²⁹Jusmaliani, *Kebijakan ekonomi Islam*, h. 198.

Dalam ilmu ekonomi suatu pasar dapat diistilahkan sebagai tempat transaksi yang bisa dilakukan dimana saja, yang antara penjual dan pembeli bisa berhubungan secara langsung atau tidak langsung, contoh penjual dan pembeli yang berjualan secara langsung adalah pasar yang kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari yaitu seperti pasar tradisional. Sedangkan pasar yang antara penjual dan pembeli berhubungan secara tidak langsung adalah pasar yang dalam pemesanannya menggunakan media, seperti media internet dan lain-lain. Sekarang pasar tidak lagi dibatasi, karena komunikasi modern telah memungkinkan para pembeli dan penjual untuk mengadakan transaksi tanpa harus saling bertemu satu sama lain. Barang yang ditransaksikan dalam pasar bisa berupa barang apapun, mulai dari beras, sayur-mayur, uang, sampai ke jasa angkutan, dan tenaga kerja.

Berdagang adalah aktifitas yang paling umum dilakukan di pasar. Oleh karena itu, al-Quran memberikan pencerahan terhadap aktifitas dalam pasar dengan sejumlah rambu dan peraturan permainan, dengan tujuan supaya dapat menegakkan keadilan untuk semua pihak, baik individu ataupun berkelompok.

Al-Quran menjelaskan bahwa orang yang berdagang tidak akan kehilangan kemuliaan atau kekharismaannya bila melakukan kegiatan ekonomi dalam pasar.³⁰

Sesuai dengan firman Allah swt., dalam surat al-Furqaan ayat 20 :

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لِيَأْكُلُوا الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ^{٣١}

Terjemahnya:

Kami tidak mengutus Rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar....³¹

³⁰Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Ekklusif Ekonomi Islam*, h. 158.

Pasar merupakan tulang punggung perekonomian masyarakat, baik masyarakat yang berada di kalangan kelas bawah ataupun masyarakat yang berada di kalangan kelas atas. Semua unsur yang berkaitan dengan hal ekonomi berada di pasar, mulai dari unsur produksi, distribusi, ataupun unsur konsumsi. Aktivitas yang dilakukan di pasar pada dasarnya akan melibatkan produsen dan konsumen. Masing-masing dari mereka mempunyai peranan yang sangat penting terhadap pembentukan harga dalam pasar.

2.2.3.2 Fungsi Pasar

Sistem ekonomi pasar mempunyai fungsi-fungsinya sendiri, yang mana dalam fungsi tersebut bertujuan untuk memuaskan perekonomian pasar. Dan dalam Islam fungsi pasar bertujuan agar dapat mencapai kejayaan di dunia dan di akhirat. Pasar mempunyai lima fungsi utama, yakni:

- 2.2.3.2.1 Fungsi pasar adalah menetapkan harga dalam pasar, karena harga merupakan alat ukur suatu nilai dalam pasar. Fungsi permintaan konsumen bukanlah segalanya, tetapi uang juga menjadi faktor terpenting dalam mendukung suatu permintaan. Jika seorang konsumen ingin membeli suatu barang maka tersedianya dana adalah faktor terpenting yang harus diperhitungkan.
- 2.2.3.2.2 Pasar menyimpulkan semua produksi itu melalui faktor biaya, dalam teori harga diasumsikan bahwa, seorang pengusaha akan memaksimalkan *output* dengan *input* yang semuanya diukur dengan uang. Dan dari fungsi inilah asal bagaimana cara menghasilkan barang dan jasa.

³¹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 505.

- 2.2.3.2.3 Pasar mendistribusikan suatu produk itu bersangkutan-paut dengan masalah untuk siapa barang dihasilkan, karena siapa yang menghasilkan barang paling banyak produk maka akan menerima pembayaran yang paling banyak pula. Suatu tenaga dan sumber daya lain akan dibayar sesuai dengan apa yang dihasilkannya. Jadi, tenaga kerja yang paling produktif akan mendapatkan imbalan yang terbesar.
- 2.2.3.2.4 Pasar melakukan pembatasan, yang ini merupakan inti dari penentuan harga, karena pasar akan membatasi tingkat konsumsi yang berlaku dari produksi yang tersedia dengan tujuan agar terjadi keseimbangan suatu harga.
- 2.2.3.2.5 Pasar juga menyediakan barang dan jasa untuk keperluan di masa akan datang. Tabungan dan investasi adalah salah satu alat untuk mempertahankan sistem dan menghasilkan kemajuan ekonomi.³²

Semua fungsi tersebut harus meyakinkan setiap orang bahwa pasar dapat memecahkan berbagai masalah. Jadi dalam hal ini beberapa ekonom percaya bahwa ekonomi dalam pasar bekerja dengan efisien dan mereka juga percaya bahwa pasar dapat melaksanakan fungsinya dengan memuaskan, tetapi terkadang pasar juga masih membutuhkan adanya campur tangan pemerintah dalam mekanisme pasar, karena dengan adanya campur tangan pemerintah maka kesejahteraan masyarakat akan terpenuhi.

³² Richard A. Bilas, *Ekonomi Mikro*, h. 7.

2.2.3.3 Klasifikasi Pasar

Jenis pasar berdasarkan klasifikasinya terbagi atas dua, yaitu pasar Tradisional dan pasar Modern.

2.2.3.3.1 Pasar Tradisional

2.2.3.3.1.1 Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi dengan usaha skala kecil, menengah, dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.³³

Pasar tradisional merupakan tempat bertemu antara penjual dan pembeli, melakukan transaksi secara langsung dengan adanya aktifitas tawar-menawar harga. Selain itu, pasar tradisional dianggap sebagai pasar basah karena keadaannya yang cenderung tidak nyaman, kotor, kumuh, bahkan menjadi sumber kemacetan lalu lintas.³⁴ Namun keadaan pasar tradisional yang seperti ini awalnya tidak menjadi satu hal yang dihindari oleh sebagian masyarakat karena di pasar tradisional pembeli bisa melakukan tawar menawar yang memberikan kepuasan khususnya jika berhasil mendapatkan harga tawaran terendah. Ketersediaan kebutuhan sehari-hari dalam

³³ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No:70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

³⁴ <http://www.pu.go.id/uploads/services/infopublik20130506123916.pdf> (15 Agustus 2017)

jumlah, jenis dan harga yang beragam juga sesuai dengan keadaan keuangan yang tidak menentu dari masyarakat pada saat krisis. Dan dari sudut kepentingan pemerintah daerah, keberadaan pasar tradisional juga berperang penting dalam memberikan pemasukan yang terus menerus dan langsung kepada kas pemerintah daerah.

2.2.3.3.1.2 Ciri-ciri Pasar Tradisional

Ciri-ciri pasar tradisionanl adalah sebagai berikut.³⁵

- 2.2.3.3.1.2.1 Pasar tradisonal dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
- 2.2.3.3.1.2.2 Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
- 2.2.3.3.1.2.3 Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokkan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.
- 2.2.3.3.1.2.4 Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradional ini adalah hasil bumi yang dihasilka oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan

³⁵ Peraturan Menteri dalam Negeri Republik Indonesia No. 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradional, Pasal 4.

yang diambil dari hasil bumi daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai meng*import* hingga keluar pulau atau negara.

Dari berbagai ciri-ciri diatas, Pasar Senggol Parepare memenuhi ciri-ciri pasar tradisional yang telah ditentukan oleh Menteri Perdagangan Indonesia. Lahan dan bangunan Pasar Senggol Parepare dimiliki, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah Daerah Kota Parepare. Hal ini ditunjukkan dengan terdapatnya UPTD Pasar Senggol Parepare yang berada dalam pasar tersebut yang bertugas dan mengelola pasar.

Pada Pasar Senggol Parepare juga terdapat sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Proses tawar menawar inilah yang membuat antara pedagang dan pembeli memiliki ikatan sosial. Selain itu, proses tawar menawar antara penjual dan pembeli cukup mempengaruhi ramainya stan atau kios yang berada di pasar tersebut.

2.2.3.3.1.3 Komponan Pasar Tradisional³⁶

2.2.3.3.1.3.1 Pelaku Kegiatan

2.2.3.3.1.3.1.1 Pedagang. Pedagang pasar adalah pihak ketiga yang melakukan kegiatan dengan menjual atau membeli barang dan atau jasa yang menggunakan pasar sebagai tempat kegiatannya.

2.2.3.3.1.3.1.2 Pembeli. Pembeli atau konsumen pasar adlah semua golongan yang datang dengan tujuan untuk mendapatkan apa yang menjadi kebutuhannya dengan harga murah dan dengan pelayanan langsung.

2.2.3.3.1.3.2 Penunjang Pasar:

³⁶ Ananta Heri, *Menahan Serbuan Pasar Modern*, h. 94-96

- 2.2.3.3.1.3.2.1 Pemerintah sebagai pemberi izin berdirinya dan beroperasinya pasar.
- 2.2.3.3.1.3.2.2 Swata pedagang penyewa tempat, pelakasana pembangunan pasar.
- 2.2.3.3.1.3.2.3 Pengelola melaksanakan pembangun, pengelola pemasaran tempat, pengelola kebersihan, pengelola distribusi barang dan stabilitas harga.
- 2.2.3.3.1.3.2.4 Bank memperlancar kegiatan ekonomi.
- 2.2.3.3.1.3.3 Objek Kegiatan. Objek kegiatan dalam perdagangan suatu hasil produksi yang memiliki implikasi tuntutan akan transportasi, komunikasi, pengumpulan, penyimpanan, pemeliharaan, dan materi perdagangan.
- 2.2.3.3.1.4 Fungsi Pasar Tradisional
- Menurut Pedoman Teknis Badan Layanan Umum Daerah Pasar di Kabupaten, Kota Tahun 2010, bahwa pasar memiliki fungsi pengembangan ekonomi masyarakat yaitu:
- 2.2.3.3.1.4.1 Pasar Tradisional merupakan tempat masyarakat berbagai lapisan memperoleh barang-barang kebutuhan harian dengan harga yang relatif terjangkau.
- 2.2.3.3.1.4.2 Pasar merupakan tempat yang relatif lebih bisa dimasuki oleh pelaku ekonomi lemah.
- 2.2.3.3.1.4.3 Pasar merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah lewat pendapatan yang diperoleh dari operasional pasar.
- 2.2.3.3.1.4.4 Pasar juga merupakan sarana distribusi perekonomian yang dapat menciptakan tambahan tempat usaha bidang jasa dan pencipta kesempatan kerja.

2.2.3.3.1.5 Fasilitas Pasar Tradisional

Berdasarkan Peraturan Departemen Perdagangan Nomor 70 Tahun 2007 tentang Pengaturan, Pengelolaan, dan Pengembangan Citra Pasar Tradisional di wilayah Perkotaan dan Pedesaan, pasar tradisional memiliki fasilitas fisik dan fasilitas non-fisik. Adapun fasilitas tersebut antara lain:

2.2.3.3.1.5.1 Fasilitas Fisik

- 2.2.3.3.1.5.1.1 Elemen Utama. Salah satu elemen utama yang terdapat pada pasar yaitu ruang terbuka. Area ini biasanya digunakan sebagai tempat los-los pedagang non permanen atau area parkir liar yang mulai marak muncul pada saat ini. Elemen utama yang lainnya yaitu ruang tertutup. Ruang tertutup yang dimaksud adalah ruangan yang tertutup atap namun tidak tertutup sepenuhnya oleh dinding atau peyekat ruangan lainnya, contohnya seperti toko, kios, los, dasaran, kamar mandi, dan gudang.
- 2.2.3.3.1.5.1.2 Elemen Penunjang. Contoh elemen-elemen penunjang pada pasar tradisional yaitu area bongkar muat barang dagangan dan pos penjaga.
- 2.2.3.3.1.5.1.3 Elemen Pendukung. Beberapa elemen pendukung yang ada di pasar adalah pusat pelayanan keehatan, penitipan anak, pelayanan jasa, kantor pengelola pasar, koperasi pasar, tempat ibadah seperti mushola atau masjid.
- 2.2.3.3.1.5.1.4 Pencapaian
- 2.2.3.3.1.5.1.5 Jaringan angkutan manusia dan barang

2.2.3.3.1.5.1.6 Jaringan utilitas. Jaringan utilitas yang dimaksud adalah saluran listrik, air bersih, komunikasi, dan sampah. Selain itu terdapat saluran-saluran air kotor dan limbah yang memenuhi kebutuhan pasar.

2.2.3.3.1.5.1.7 Area parkir

2.2.3.3.1.5.1.8 Fasilitas sosial. Fasilitas sosial seringkali terlupakan pada pasar tradisional saat ini. Salah satu contoh sederhana fasilitas sosial yang dapat diaplikasikan pada pasar tradisional yaitu teras yang dapat digunakan sebagai interaksi sosial. Selain itu, pemberian vegetasi yang dapat dijadikan tempat berteduh dan menjalin interaksi sosial.

2.2.3.3.1.5.2 Fasilitas non-Fisik. Selain fasilitas fisik yang terdapat pada pasar tradisional, ada pula fasilitas non-fisik yang terdapat pada pasar tradisional seperti pengelolaan pasar, pelayanan dan pengawasan kesehatan dan kelengkapan komoditi yang tersedia dalam pasar.

2.2.3.3.1.6 Jenis Pasar Tradisional³⁷

Pasar sebagai perusahaan daerah digolongkan menurut beberapa hal, yaitu:

2.2.3.3.1.6.1 Menurut Jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:

2.2.3.3.1.6.1.1 Pasar Eceran: yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran.

2.2.3.3.1.6.1.2 Pasar grosir: yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.

³⁷ Oktavia Galuh, *Redesain Pasar Jongke Surakarta*, (Skripsi Fa. Teknik Jur. Arsitektur, Universitas Atma Jaya, 2007)

2.2.3.3.1.6.1.3 Pasar induk: pasar ini lebih besar dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosir-grosir dan pusat pembelian.

Dari jenis pasar menurut kegiatannya, Pasar Senggol Parepare termasuk pasar eceran karena dalam proses jual beli yang dilakukan selama ini sebagian besar pembeli membeli barang dagangan dari penjual dalam bentuk eceran untuk dikonsumsi sendiri atau dijual kembali dalam skala yang kecil.

2.2.3.3.1.6.2 Menurut waktu kegiatannya, pasar digolongkan menjadi empat jenis:

2.2.3.3.1.6.2.1 Pasar siang hari yang beroperasi dari pukul 04.00-16.00

2.2.3.3.1.6.2.2 Pasar malam hari yang beroperasi dari pukul 16.00-04.00

2.2.3.3.1.6.2.3 Pasar siang malam yang beroperasi 24 jam *non stop*

2.2.3.3.1.6.2.4 Pasar darurat, yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat umum tertentu atas penetapan kepala daerah dan diadakan pada saat peringatan hari-hari tertentu. Pasar murah Idul Fitri, pasar Maulud

Pasar Senggol Parepare termasuk jenis pasar malam hari bila dilihat dari waktu kegiatannya. Pasar ini mulai beroperasi dari pukul 16.00 setiap harinya. Meski hari libur atau hari raya pasar ini tetap buka kecuali hari pertama Idul Fitri.

2.2.3.3.1.6.3 Menurut status kepemilikannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:

Pasar Pemerintah: yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh pemerintah pusat maupun daerah.

2.2.3.3.1.6.3.1 Pasar Swasta: yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh badan hukum yang diijinkan oleh pemerintah daerah.

2.2.3.3.1.6.3.2 Pasar Liar: yaitu pasar yang aktivitasnya diluar pemerintahan daerah, yang kehadirannya disebabkan karena kurangnya fasilitas perpasaran yang ada dan letak pasar tidak merata, biasanya dikelola oleh perorangan/ketua RW.

Ditinjau dari status kepemilikannya Pasar Senggol Parepare tergolong pasar pemerintah karena dalam proses pengelolaan dan perjinannya dikelola oleh pemerintah Kota Parepare.

2.2.3.3.1.7 Strategi Pengembangan Pasar Tradisional

Dinas pengolahan yang dalam hal ini pengoloo pasarr tradisional dapat melakukan beberapa program untuk megembangkan pasar Tradisional, diantaranya:³⁸

2.2.3.3.1.7.1 Program pelayanan administrasi perkantoran

2.2.3.3.1.7.2 Pemeliharaan Sarana Prasaranan Kebersihan, ketertibab dan keamanan pasar.

2.2.3.3.1.7.3 Optimalisasi pemanfaatan lahan dan pengelolaan retribusi

2.2.3.3.1.7.4 Pengembangan pasar (pemberdayaan pasar dan komunitas, pengembangan dan pembuatan media promosi pasar).

2.2.3.3.2 Pasar Modern

2.2.3.3.2.1 Pengertian Pasar Modern

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli

³⁸ Utami Dewi dan F. Winarni, "Pengembangan Pasar Tradisional Menghadi Gempuran Pasar Moder di Kota Yogyakarta" (Jurnal; jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial: Universitas Negeri Yogyakarta, 2009), h. vii.

melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), berada dalam bangunan dan pelayanan dilakukan secara sendiri (*swalayan*) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Contoh pasar modern adalah *hypermart*, pasar swalayan (*supermarket*), dan minimarket.³⁹

Sinaga mengatakan bahwa pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat dikawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern antara lain *mall, supermarket, departemen store, shopping centre, waralaba*, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang yang dijual disini memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak.

2.2.3.3.2.2 Macam-macam pasar modern

Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan sesudah dikenakan pajak). Macam-macam pasar modern diantaranya:

³⁹ <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Pasar>

- 2.2.3.3.2.2.1 Minimarket, gerai yang menjual produk-produk eceran seperti warung kelontong dengan fasilitas pelayanan yang lebih modern. Luas ruang *minimarket* adalah antara 50m² sampai 200m².
- 2.2.3.3.2.2.2 *Convience Store*, gerai ini mirip dengan *minimarket* dalam hal produk yang dijual, tetapi berbeda dalam hal harga, jam buka, dan luas ruangan, dan lokasi. *Convience Store* ada yang dengan luas ruangan antara 200m² hingga 450m² dan berlokasi di tempat yang strategis, dengan harga yang lebih mahal dari harga *minimarket*
- 2.2.3.3.2.2.3 *Special Store*, merupakan toko yang memiliki persediaan lengkap sehingga konsumen tidak perlu pindah ke toko lain untuk membeli sesuatu harga yang bervariasi dari harga terjangkau hingga yang mahal.
- 2.2.3.3.2.2.4 *Factory Outlet*, merupakan toko yang memiliki perusahaan/pabrik yang menjual produk perusahaan tersebut, menghentikan perdagangan, membatalkan order dan kadang-kadang menjual barang kualitas nomor satu.
- 2.2.3.3.2.2.5 Distro (*Distribution Store*), jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian, atau diproduksi sendiri.
- 2.2.3.3.2.2.6 *Supermarket*, mempunyai luas 300-1100m² yang kecil sedangkan yang besar mempunyai luas 1100-2300m².
- 2.2.3.3.2.2.7 Perkulakan atau gudang rabat: menjual produk dalam kuantitas besar kepada pembeli non-konsumen akhir untuk dijual kembali atau pemakaian bisnis.

2.2.3.3.2.2.8 *Super store*, adalah toko serba ada yang memiliki variasi barang lebih lengkap dan luas yang lebih besar dari supermarket.

2.2.3.3.2.2.9 *Hypermarket*, luas ruangan di atas 500m²

2.2.3.3.2.2.10 Pusat belanja yang terdiri dari dua macam yaitu *mall* dan *trade center*.

2.2.4 Ekonomi Islam

2.2.4.1 Pengertian ekonomi Islam

Secara etimologi kata ekonomi dari bahasa *oikonomemi* (greek atau yunani), terdiri dari dua kata : *oicos* yang berarti rumah dan *nomos* yang berarti aturan. Jadi ekonomi adalah aturan-aturan untuk menyelenggarakan kebutuhan hidup manusia dalam rumah tangga, baik rumah tangga rakyat (*volkshuishouding*), maupun rumah tangga negara (*staathuishouding*), yang dalam bahasa inggris disebutnya sebagai *economics*.⁴⁰

Sedangkan pengertian ekonomi Islam menurut istilah (etimologi) terdapat beberapa pengertian dari beberapa ahli ekonomi Islam sebagai berikut:

2.2.4.1.1 Yusuf Qardhawi memberikan pengertian ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Sistem ini bertitik tolak dari Allah swt., bertujuan akhir kepada Allah swt., dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syari'at Allah swt.,⁴¹

2.2.4.1.2 Menurut Hasanuzzaman, ekonomi Islam adalah ilmu dan aplikasi petunjuk dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh dan menggunakan sumber daya material agar memenuhi

⁴⁰Abdullah Zaky Al-Kaff, *Ekonomi dalam Perspektif Islam*, (Bandung: PT. Pustaka Setia Pertama, 2002), h. 18.

⁴¹Surya Pos, "Pengertian Ekonomi Islam", Artikel yang diakses dari <http://www.suryapost.com/2010/12/pengertian-ekonomi-islam.html> (18 Februari 2017).

kebutuhan manusia dan agar dapat menjalankan kewajibannya kepada Allah swt., dan masyarakat.⁴²

- 2.2.4.1.3 Menurut Muhammad Abdul Mannan, ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat dalam perspektif nilai-nilai Islam.
- 2.2.4.1.4 Menurut Nejatullah As-Shiddiqi, ekonomi Islam adalah tanggapan pemikir-pemikir muslim terhadap tantangan ekonomi pada zamannya. Dimana dalam upaya ini mereka dibantu oleh al-Quran dan sunnah disertai dengan argumentasi dan pengalaman empiris.
- 2.2.4.1.5 Menurut Khan, ekonomi Islam adalah suatu upaya memusatkan perhatian pada studi tentang kesejahteraan manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya di bumi atas dasar kerja sama dan partisipasi.⁴³
- 2.2.4.1.6 Menurut Khurshid Ahmad, ekonomi Islam adalah suatu upaya sistematis untuk memahami masalah ekonomi dan perilaku manusia yang berkaitan dengan masalah itu dari perspektif Islam.⁴⁴
- 2.2.4.1.7 Menurut Monzer Kahf dalam bukunya *the Islamic economy* menjelaskan bahwa ekonomi Islam adalah bagian dari ilmu ekonomi yang bersifat interdisipliner dalam arti kajian ekonomi syariah tidak dapat berdiri sendiri, tetapi perlu penguasaan yang baik dan mendalam terhadap ilmu-ilmu syariah dan ilmu-ilmu pendukungnya juga terhadap ilmu-ilmu yang

⁴²Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009), h. 11.

⁴³Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics*, h. 12.

⁴⁴Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*, h. 12.

berfungsi sebagai *tool of analysis* seperti matematika, statistik, logika dan ushul fiqh.⁴⁵

Masih banyak lagi para ahli yang memberikan definisi mengenai ekonomi Islam. Sehingga ekonomi Islam dapat didefinisikan sebagai suatu perilaku individu muslim dalam setiap aktivitas ekonomi syariahnya harus sesuai dengan tuntutan syariat Islam dalam rangka mewujudkan dan menjaga *maqashid syariah* (agama, jiwa, akal, nasab, dan harta).⁴⁶

Ekonomi Islam merupakan suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara Islam, yaitu berdasarkan atas ajaran agama Islam, yaitu al-qur'an dan sunnah nabi.⁴⁷

2.2.4.2 Sistem ekonomi Islam

Islam membedakan antar ilmu ekonomi dengan sistem ekonomi. Definisi umum, sistem merupakan keseluruhan yang kompleks, yakni suatu susunan hal atau bagian yang saling berhubungan, sedangkan ilmu adalah pengetahuan yang dirumuskan secara sistematis. Jadi sistem dapat didefinisikan sebagai setiap peraturan yang lahir dari pandangan dunia atau akidah tertentu yang berfungsi untuk memecahkan dan mengatasi problema hidup manusia, menjelaskan bagaimana cara pemecahan, meemlihara serta mengembangkannya.⁴⁸

⁴⁵ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Kencana, 2010), h. 7.

⁴⁶ <http://md-uin.blogspot.com/2009/07/pengertian-ekonomi-islam.html> (18 Februari 2017).

⁴⁷ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 17.

⁴⁸ M. Ismail Yasanto dan M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Bogor: Al-Azhar Press, 2009), h. 13.

Perbedaan mengenai ilmu ekonomi dan sistem ekonomi muncul dikarenakan hal berikut:

- 2.2.4.2.1 Dalam pemenuhan urusan masyarakat dari segi pemenuhan harta kekayaan (barang dan jasa) melalui teknik produksi.
- 2.2.4.2.2 Dalam pengaturan urusan masyarakat dari segi cara memperoleh, memanfaatkan, dan mendistribusikan kekayaan.

Pembahasan pertama lebih banyak berkaitan dengan kegiatan teknik memperbanyak jumlah barang dan jasa serta bagaimana cara menjaga pengadaannya (produksi), pembahasan ini lebih tepat dikategorikan dalam ilmu ekonomi. Pembahasan kedua sama sekali tidak dipengaruhi oleh banyak sedikitnya kekayaan, tetapi hanya berhubungan dengan tatakerja (mekanisme) pendistribusiannya dan ini lebih tepat dikategorikan sistem ekonomi.⁴⁹dengan demikian, sistem ekonomi merupakan bagian dari sistem petanaan kehidupan masyarakat yang terkait dengan cara pandang atau ideologi tertentu. Berbeda dengan ilmu ekonomi bersifat universal, tidak terkait dengan ideologi tertentu.

2.2.4.3 Nilai-nilai dasar ekonomi Islam

Nilai-nilai dasar ekonomi Islam adalah seperangkat nilai yang telah diyakini dengan segenap keimanan, dimana ia akan menjadi landasan paradigma ekonomi Islam. Nilai-nilai dasar ini baik nilai filosofis, instrumental maupun institusional atau al-Quran dan hadis yang merupakan dua sumber normatif tertinggi dalam agama Islam. Inilah hal utama yang membedakan ekonmi Islam dengan ekonomi

⁴⁹M. Ismail Yasanto dan M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*, h. 13-14.

konvensional, yaitu ditematkannya sumber ajaran agama sebagai sumber utama ilmu ekonomi. Tentu saja, al-Quran dan hadis bukanlah merupakan suatu sumber yang secara instan menjadi ilmu pengetahuan. Mengubah nilai dan etika Islam menjadi suatu peralatan operasional yang berupa analisis ilmiah, maka suatu filsafat etika harus disusutkan (diperas) menjadi sekumpulan aksioma yang kemudian dapat berlaku sebagai suatu titik mula pembuat kesimpulan logis mengenai kaidah-kaidah sosial dan perilaku ekonomi yang Islami, inilah yang dimaksud dengan nilai dasar ekonomi Islam dalam pembahasan ini, yang sesungguhnya merupakan derivatif dari ajaran Islam dalam bentuk yang lebih fokus.

Menurut Ahmad Saefuddin, ada beberapa nilai yang menjadi sumber dari dasar sistem ekonomi Islam, antara lain:

2.2.4.3.1 Kepemilikan

Nilai dasar pemilikan dalam sistem ekonomi Islam

2.2.4.3.1.1 Pemilikan terletak pada kepemilikan pemanfaatannya dan bukan menguasai secara mutlak terhadap sumber-sumber ekonomi.

2.2.4.3.1.2 Pemilikan terbatas pada sepanjang umurnya selama hidup di dunia, dan bila orang itu mati, harus didistribusikan kepada ahli warisnya menurut ketentuan Islam.

2.2.4.3.1.3 Pemilikan perorangan tidak dibolehkan terhadap sumber-sumber yang menyangkut kepentingan umum atau menjadi hajat hidup orang banyak.

2.2.4.3.2 Keseimbangan

Merupakan nilai dasar yang pengaruhnya terlihat pada berbagai aspek tingkah laku ekonomi muslim, misal kesederhanaan (*moderation*), berhemat (*parsimony*), dan menjauhi pemborosan (*extravagance*).

Konsep nilai kesederhanaan berlaku dalam tingkah laku ekonomi, terutama dalam menjauhi konsumerisme, dan menjauhi pemborosan berlaku tidak hanya untuk pembelanjaan yang diharamkan saja, tetapi juga pembelanjaan dan sedekah yang berlebihan.

Allah swt., berfirman dalam Q.S. al-furqan/25: 67.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Terjemahnya :

Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian⁵⁰.

Nilai dasar keseimbangan ini selain mengutamakan kepentingan dunia dan kepentingan akhirat, juga mengutamakan kepentingan perorangan dan kepentingan umum, dengan dipeliharanya keseimbangan antara hak dan kewajiban.⁵¹

2.2.4.3.3 Keadilan

Secara garis besar keadilan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana terdapat kesamaan perlakuan di mata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak, dan hak menikmati pembangunan.⁵²

Berdasarkan muatan kata adil yang ada dalam al-Quran:

⁵⁰Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 511.

⁵¹Ahmad M. Saefuddin, *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta Pusat: Media Da'wah dan LIPPM), h. 43-49.

⁵²P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2008), h. 59.

2.2.4.3.3.1 Keadilan berarti kebebasan yang bersyarat akhlak Islam . Allah swt., berfirman dalam Q.S. al-hasyr /59:7

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ
فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Terjemahnya:

Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah swt., kepada rasulnya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah swt., untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah swt.,. Sesungguhnya Allah swt., amat keras hukumannya⁵³.

2.2.4.3.3.2 Keadilan harus ditetapkan disemua fase kegiatan ekonomi, baik kaitannya dengan produksi maupun konsumsi, yaitu dengan aransemen efisiensi dan memberantas keborosan ke dalam keadilan distribusi adalah penilaian terhadap faktor-faktor produksi dan kebijaksanaan harga hasilnya sesuai dengan takaran yang wajar dan ukuran yang tepat atau kadar sebenarnya.

Allah swt., berfirman dalam Q.S. ar-rahman/55: 9

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿٩﴾

Terjemahannya :

Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu⁵⁴.

⁵³Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 797.

⁵⁴Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 773.

2.2.4.3.3.3 Keadilan berarti kebijaksanaan mengalokasikan sejumlah hasil tertentu dari kegiatan ekonomi bagi mereka yang tidak mampu memasuki pasar atau tidak sanggup membelinya menurut kekuatan pasar, yaitu kebijaksanaan melalui zakat, infaq dan shadaqoh.⁵⁵

Dengan demikian yang dimaksud dengan *al-adl'* didefinisikan sebagai “tidak menzalimi dan tidak dizalimi” implikasi dari ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam.⁵⁶

2.2.4.4 Tujuan ekonomi Islam

Menurut As-Shatibi tujuan utama syariat Islam adalah mencapai kesejahteraan manusia yang terletak pada perlindungan terhadap lima kemashlahatan, yaitu keimanan (*ad-dien*), ilmu (*al-'ilm*), kehidupan (*an-nafs*), harta (*al-maal*), dan kelangsungan keturunan (*an-nasl*).⁵⁷

Mashlahah dicapai hanya jika kehidupan manusia hidup dalam keseimbangan, diantaranya mencakup keseimbangan antara moral dan spiritual sehingga terciptanya kesejahteraan yang hakiki. Tujuan ekonomi Islam selaras dengan tujuan dari syariat Islam itu sendiri (*maqasid asy syaria'ah*), yaitu mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat (*falah*) melalui tata kehidupan yang baik dan terhormat (*hayyah thayyibah*).

⁵⁵Saefuddin, *Studi Nilai-Nilai Islami Sistem Ekonomi Islam*, h. 59-65.

⁵⁶Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h. 35.

⁵⁷Pusat Pengkajian dan Pengembang Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 54.

Tujuan *falah* yang ingin dicapai oleh ekonomi Islam meliputi aspek mikro ataupun makro, mencakup horizon aktu dunia ataupun akhirat.⁵⁸

Tujuan ekonomi Islam lainnya menggunakan pendekatan antara lain:

- 2.2.4.4.1 Konsumsi manusia dibatasi sampai pada tingkat yang dibutuhkan dan bermanfaat bagi kehidupan manusia.
- 2.2.4.4.2 Alat pemuas kebutuhan manusia seimbang dengan tingkat kualitas manusia agar ia mampu meningkatkan kecerdasan dan kemampuan teknologinya guna menggali sumber-sumber yang masih terpendam.
- 2.2.4.4.3 Pengaturan distribusi dan sirkulasi barang dan jasa, nilai-nilai moral harus diterapkan.
- 2.2.4.4.4 Pemerataan pendapatan dilakukan dengan mengingat sumber kekayaan seseorang yang diperoleh dari usaha halal, maka zakat sebagai sarana distribusi pendapatan merupakan sarana yang ampuh.

Secara umum tujuan ekonomi Islam dalam Islam adalah untuk menciptakan *al-Falah* atau kemenangan, keselamatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Mencapai hal demikian, maka manusia harus bekerja keras mencari rezeki dalam rangka memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya baik yang bersifat materi maupun non material (rohaniah), serta berbuat baik dengan harta yang dimilikinya dengan memperhatikan nilai-nilai dan norma-norma ajaran Islam, berupa pelaksanaan perintahnya dan menjauhkan larangannya agar terciptanya kemashlahatan yang sesungguhnya baik untuk dirinya sendiri dan orang lain.⁵⁹

⁵⁸Pusat Pengkajian dan Pengembang Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 54.

⁵⁹Anwar Abbas, *Dasar-Dasar Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Uin Syahid, 2009), h. 14.

Ekonomi Islam mempunyai tujuan untuk memberikan keselarasan bagi kehidupan di dunia. Nilai Islam bukan semata-mata hanya untuk kehidupan muslim saja, tetapi seluruh makhluk hidup di muka bumi. Esensi proses ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam guna mencapai pada tujuan agama. Ekonomi Islam menjadi rahmat seluruh alam, yang tidak terbatas oleh ekonomi, sosial, budaya dan politik dari bangsa. Ekonomi Islam mampu menangkap nilai fenomena masyarakat sehingga dalam perjalannya tanpa meninggalkan sumber hukum teori ekonomi Islam dapat berubah.⁶⁰

2.2.4.5 Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

2.2.4.5.1 Pelaksanaan ekonomi Islam harus menjalankan prinsip-prinsip sebagai berikut.⁶¹

2.2.4.5.1.1 Berbagai sumber daya dipandang sebagai pemberian atau titipin dari Allah swt., kepada manusia.

2.2.4.5.1.2 Islam mengakui pemilikan pribadi dalam batas-batas tertentu.

2.2.4.5.1.3 Kekuatan penggerak utama Ekonomi Syariah adalah kerja sama.

2.2.4.5.1.4 Ekonomi Syariah menolak terjadinya akumulasi kekayaan yang dikuasai oleh segelintir orang saja.

2.2.4.5.1.5 Ekonomi Syariah menjamin pemilikan masyarakat dan penggunaannya direncanakan untuk kepentingan banyak orang

2.2.4.5.1.6 Seorang muslim harus takut kepada Allah swt., dan hari penentuan di akhirat nanti.

⁶⁰“Ekonomi Syariah”, *Wikipedia*. https://id.m.wikipedia.org/wiki/Ekonomi_Syariah. (22 Mei 2017).

⁶¹Sudarsono dan Hendri, *Pengantar Ekonomi Mikro Islam* (Yogyakarta: Ekonosia, 2002), h. 105.

- 2.2.4.5.1.7 Zakat harus dibayarkan atas kekayaan yang telah memenuhi batas (nisab)
- 2.2.4.5.1.8 Islam melarang riba dalam segala bentuk.
- 2.2.4.5.2 Layaknya sebuah bangunan, sistem ekonomi syariah harus memiliki fondasi yang berguna sebagai landasan dan mampu menopang segala bentuk kegiatan ekonomi guna mencapai tujuan mulia. Berikut ini merupakan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi syariah, diantaranya adalah:⁶²
- 2.2.4.5.2.1 Tidak melakukan penimbunan (*ihthikar*). Penimbunan, dalam bahasa Arab disebut dengan *Al-Ihtikar*. Secara umum, ihtikar dapat diartikan sebagai tindakan pembelian barang dagangan dengan tujuan untuk menahan atau menyimpan barang tersebut dalam jangka waktu yang lama, sehingga barang tersebut dinyatakan barang langka dan berharga mahal.
- 2.2.4.5.2.2 Tidak melakukan monopoli. Monopoli adalah kegiatan menahan keberadaan barang untuk tidak dijual atau tidak diedarkan di pasar, agar harganya menjadi mahal. Kegiatan monopoli merupakan salah satu hal yang dilarang dalam Islam, apabila monopoli diciptakan secara sengaja dengan cara menimbun barang dan menaikkan harga barang.
- 2.2.4.5.2.3 Menghindari jual-beli yang diharamkan. Kegiatan jual-beli yang sesuai dengan prinsip Islam, adil, halal, dan tidak merugikan salah satu pihak adalah jual-beli yang sangat diridhai oleh Allah swt., swt., karena sesungguhnya bahwa segala hal yang mengandung unsur kemunggaran dan kemaksiatan adalah haram hukumnya.

⁶²Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008), h. 57.

2.3 Tinjauan Konseptual (Penjelasan Judul)

Untuk menghindari kesalahan interpretasi dalam pembahasan skripsi ini, maka penulis memberikan pengertian judul secara harfiah, yaitu:

2.3.1 Pengertian Strategi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi didefinisikan sebagai taktik, ilmu menggunakan sumber daya manusia untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam berperang; rencana langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis dalam perang.

Dilihat dari sudut etimologis (asal kata) pengertian strategi menurut Hadari Nawawi adalah kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi.⁶³

Sedangkan definisi strategi dari Coulter yang dikutip oleh Mudrajad Kuncoro adalah sejumlah keputusan dan aksi yang ditujuka untuk mencapai tujuan (goal) dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya.⁶⁴

Berbeda dengan definisi dari Hadari Nawawi dan Coulter, yang menyatakan bahwa strategi adalah keputusan, cara atau usaha organisasi untuk mencapai

⁶³Hadari Nawawi, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h. 147-148.

⁶⁴Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 12.

tujuannya, menurut J. Salusu strategi adalah seni dalam mencapai tujuan.⁶⁵ Hal tersebut sesuai dengan kutipan berikut ini:

“strategi adalah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan”

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah cara, tindakan atau kebijakan yang diambil oleh suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal.

2.3.2 Pengertian Pengelolaan

Kata pengelolaan dapat disamakan dengan manajemen, yang berarti pula pengaturan atau pengurusan. Banyak orang yang mengartikan manajemen sebagai pengaturan, pengelolaan, dan pengadministrasian. Pengelolaan diartikan sebagai suatu rangkaian pekerjaan atau usaha yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk melakukan serangkaian kerja dalam mencapai tujuan tertentu.

Fungsi pengelolaan (manajemen) secara garis besar dapat disampaikan bahwa tahap-tahap dalam melakukan manajemen meliputi: perencanaan, pengeorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Fungsi-fungsi manajemen tersebut bersifat universal, dimana saja dan dalam organisasi apa saja. Namun semua tergantung pada tipe organisasi, kebudayaan dan anggotanya.

2.3.3 Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa, atau sumber daya.

⁶⁵J Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategik: untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit* (Jakarta: Grasindo, 2003), h. 101.

Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang atau jasa.⁶⁶

2.3.4 Pengertian Analisis

Analisis, berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkara, dan sebagainya).⁶⁷

2.3.5 Pengertian Ekonomi Islam

Secara etimologi kata ekonomi dari bahasa *oikonomi* (Greek atau Yunani), terdiri dari dua kata : *oicos* yang berarti rumah dan *nomos* yang berarti aturan. Jadi ekonomi adalah aturan-aturan untuk menyelenggarakan kebutuhan hidup manusia dalam rumah tangga, baik rumah tangga rakyat (*volks huishouding*), maupun rumah tangga negara (*staathuishouding*), yang dalam bahasa Inggris disebutnya sebagai *economics*.⁶⁸

Secara istilah, ekonomi Islam dapat didefinisikan sebagai suatu perilaku individu muslim dalam setiap aktivitas ekonomi syariahnya harus sesuai dengan tuntutan syariat Islam dalam rangka mewujudkan dan menjaga *maqasid syariah* (agama, jiwa, akal, nasab, dan harta).⁶⁹

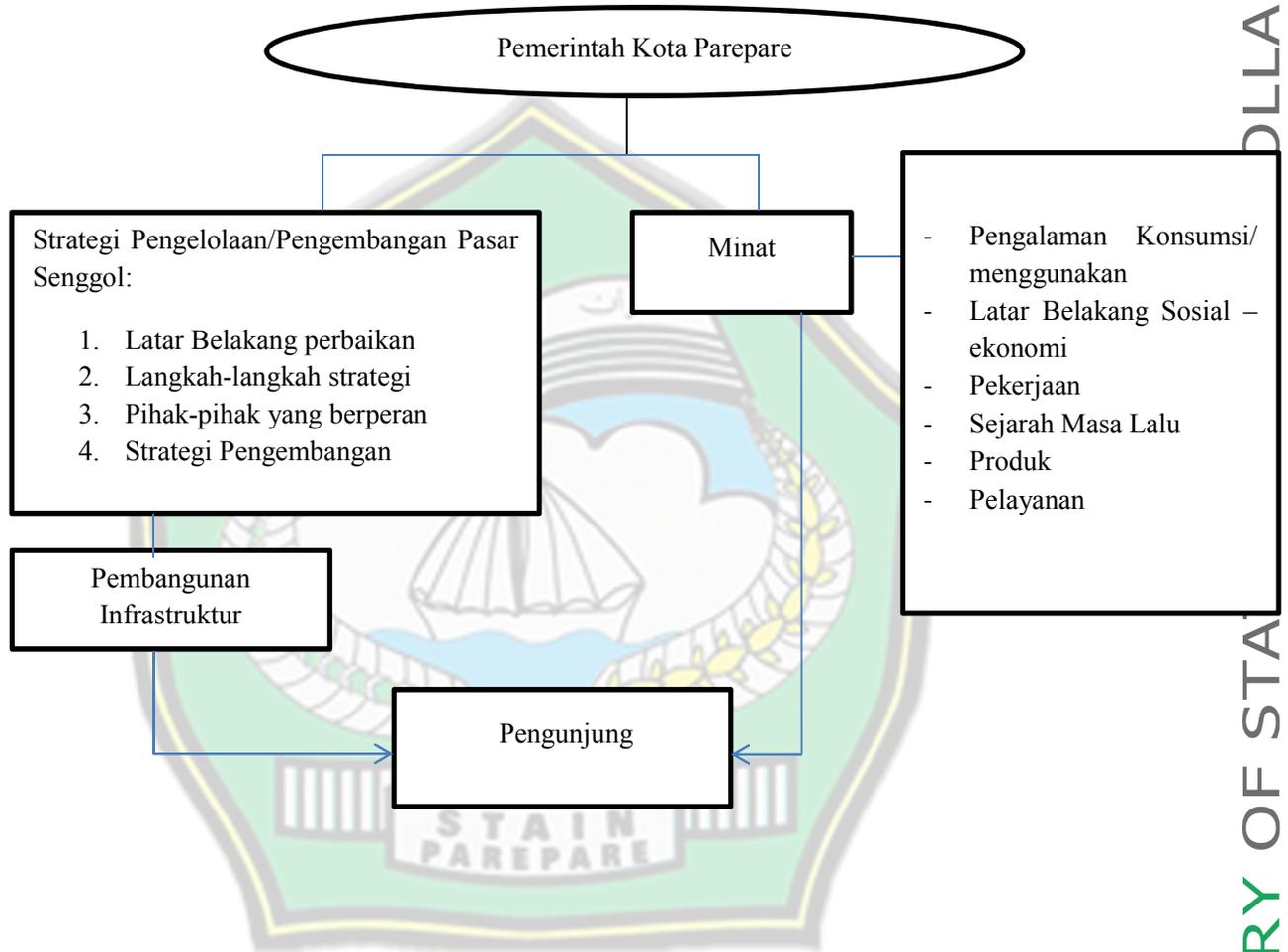
⁶⁶Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 6.

⁶⁷Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 60.

⁶⁸Abdullah Zaky Al-Kaff, *Ekonomi dalam Perspektif Islam*, (Bandung: PT. Pustaka Setia Pertama, 2002), h. 18.

⁶⁹<http://md-uin.blogspot.com/2009/07/pengertian-ekonomi-islam.html>. (18 Februari 2017).

2.3 Bagan Kerangka Pikir (Penjelasan Judul)



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dengan merujuk pada permasalahan yang dikaji, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan (field research), yakni meneliti peristiwa-peristiwa yang ada di lapangan sebagaimana adanya. Berdasarkan masalahnya, penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan apa yang diteliti, melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi⁷⁰.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Pasar Senggol, Jl. Baso Dg.Patempo, Parepare. Lokasi Penelitian merupakan salah satu bentuk perubahan infrastruktur yang ada di kota Parepare.

3.2.2 Waktu penelitian

Dalam hal ini, peneliti akan melakukan penelitian dalam waktu \pm 1 bulan yang dimana kegiatannya meliputi : Persiapan (pengajuan proposal penelitian), pelaksanaan (pengumpulan data), pengolahan data (analisis data), dan penyusunan hasil penelitian.

⁷⁰Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Cet. 7; Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 26.

3.3 Fokus Penelitian

- 3.3.1 Strategi pengembangan yang digunakan oleh pengelola pasar dalam pengelolaan pasar senggol Parepare.
- 3.3.2 Minat pengunjung setelah adanya perubahan infrastruktur.
- 3.3.3 Tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pengembangan yang dilakukan pengelola.

Pada penelitian ini akan dianalisis strategi pengembangan yang digunakan oleh pengelola pasar senggol yang dalam hal ini adalah pemerintah kota Parepare dalam meningkatkan pelayanan/infrastruktur pasar senggol guna menarik minat pengunjung dan meninjau dari segi ekonomi Islam.

3.4 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan (Primer dan Sekunder)

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer (primary data) dan data sekunder (secondary data).

- 3.4.1 Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti⁷¹. Data primer diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan salam dokumen tidak resmi yang kemudian diolah peneliti⁷². Responden adalah orang yang dikategorikan sebagai sampel dalam penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan peneliti. Responden dalam hal ini adalah masyarakat yang merupakan pengunjung pasar senggol. Sumber data primer adalah pihak pemerintah dan masyarakat Parepare. Pada sumber data primer, pihak pemerintah yang dimaksud adalah terdiri dari pihak-pihak

⁷¹Bagong Suyanton dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, (Ed.I, Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 55.

⁷²Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 175.

yang memiliki wewenang dalam perubahan infratraktur tersebut. Masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat yang mengunjungi pasar senggol, yang selanjutnya disebut populasi. Populasi tersebut akan dipersempit dengan menentukan kriteria sampel, yaitu masyarakat yang merasakan langsung perubahan infratraktur.

- 3.4.2 Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, dan disertasi⁷³. Adapun data sekundernya yaitu: hasil dari studi kepustakaan, surat kabar atau majalah, dan internet.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, pengamatan (observasi), wawancara (interview), dokumentasi, dan daftar pertanyaan (kuesioner). Sesuai dengan sumber data, maka dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara.

3.5.1 Studi kepustakaan

Data sekunder dikumpulkan dengan melakukan studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan untuk menemukan teori, perspektif, serta interpretasi tentang masalah yang akan dikaji, yaitu infratraktur dan juga manajemen strategi, buku-buku, hasil penelitian, jurnal ilmiah, kamus bahasa Indonesia, dan kamus-kamus keilmuan lainnya seperti kamus istilah ekonomi.

⁷³ZainuddinAli, *Metode Penelitian Hukum*, h. 106.

3.5.2 Pengamatan (observasi)

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Dalam observasi diperlukan ingatan terhadap yang dilakukan sebelumnya, namun manusia punya sifat pelupa, untuk mengatasi hal tersebut, maka diperlukan catatan atau alat elektronik, lebih banyak menggunakan pengamat, memusatkan perhatian pada data yang relevan⁷⁴. Datan primer pertama-tama dikumpulkan dengan melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian pada pasar senggol Parepare.

3.5.3 Wawancara (interview), dokumentasi, dan daftar pertanyaan (kuesioner)

3.5.3.1 Wawancara (interview)

Merupakan salah satu metode pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden.

3.5.3.2 Dokumentasi

Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen yang berfungsi sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam⁷⁵.

⁷⁴Husaini Usman & Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Cet I; Jakarta, Bumi Aksara, 2008), h. 53.

⁷⁵Basrowi Suwardi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Indah, 2008), h.158.

Data primer yang dikumpulkan dari wawancara dengan pihak-pihak yang memiliki wewenang dalam perubahan infrastruktur tersebut. Dokumentasi, berupa informasi terkait implementasi manajemen strategis serta kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat pengunjung pasar senggol, guna mencari jawaban atas permasalahan yang dirumuskan.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pencandraan (description) dan penyusunan transkrip interview serta material lain yang telah terkumpul. Maksudnya agar peneliti dapat menyempurnakan pemahaman terhadap data tersebut untuk kemudian menyajikannya kepada orang lain lebih jelas tentang apa yang telah ditemukan atau didapatkan dilapangan⁷⁶. Analisis data nantinya akan menarik kesimpulan yang bersifat khusus atau berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan mengeneralisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data yang berindikasi sama dengan fenomena yang bersangkutan⁷⁷.

3.6.1 Reduksi data (data reduction)

Membuat rangkuman, memilih hal-hal yang pokok dan penting, mencari tema dan pola, membuang data yang dianggap tidak penting. Reduksi data berlangsung terus-menerus sampai sesudah penelitian lapangan sampai laporan akhir lengkap tersusun.

⁷⁶Sudarwan Danim, *Menjadi Penelitian Kualitatif: Ancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora*, (Cet I; Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h. 37.

⁷⁷Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Cet, Ke-2; Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2000), h.40.

3.6.2 Penyajian data (data display)

Data diarahkan agar terorganisasi, tersusun dalam pola hubungan, dalam uraian naratif, seperti bagan, diagram alur (flow diagram), tabel dan lain-lain. Data yang diperoleh baik dari studi kepustakaan (data sekunder) maupun dari penelitian lapangan (data primer) akan dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan memaparkan penerapan manajemen strategi guna melihat pengaruh perubahan infrastruktur terhadap minat pengunjung.

3.6.3 Penarikan kesimpulan (conclusion) atau verifikasi

Pengumpulan data pada tahap awal (studi pustaka) menghasilkan kesimpulan sementara yang apabila dilakukan verifikasi (penemuan bukti-bukti atau fakta-fakta yang terjadi di lapangan) dapat menguatkan kesimpulan awal atau menghasilkan kesimpulan yang baru. Kesimpulan-kesimpulan akan ditangani dengan longgar, tetap terbuka, tetapi kesimpulan sudah disediakan, mula-mula belum jelas, meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan pokok. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pemikiran penganalisa selama ia menulis⁷⁸.

⁷⁸H.B Sutopo, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Cet.I; Surakarta: UNS Press,2002), h. 91-93.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Selayang Pandang

4.1.1 Sejarah Kota Parepare

Di awal perkembangannya, perbukitan yang sekarang ini disebut Kota Parepare, dahulunya adalah merupakan semak-semak belukar yang diselang-selingi oleh lubang-lubang tanah yang agak miring sebagai tempat yang pada keseluruhannya tumbuh secara liar tidak teratur, mulai dari utara (Cappa Ujung) hingga ke jurusan selatan kota. Kemudian dengan melalui proses perkembangan sejarah sedemikian rupa dataran itu dinamakan Kota Parepare.

Kata Parepare punya arti tersendiri dalam bahasa Bugis, kata Parepare bermakna " Kain Penghias " yg digunakan diacara semisal pernikahan, hal ini dapat kita lihat dalam buku sastra lontara La Galigo yang disusun oleh Arung Pancana Toa Naskah NBG 188 yang terdiri dari 12 jilid yang jumlah halamannya 2851, kata Parepare terdapat di beberapa tempat di antaranya pada jilid 2 hal [62] baris no. 30 yang berbunyi " pura makkenna linro langkana PAREPARE" (KAIN PENGHIAS depan istana sudah dipasang).

Melihat posisi yang strategis sebagai pelabuhan yang terlindungi oleh tanjung di depannya, serta memang sudah ramai dikunjungi orang-orang, maka Belanda pertama kali merebut tempat ini kemudian menjadikannya kota penting di wilayah bagian tengah Sulawesi Selatan. Di sinilah Belanda bermarkas untuk melebarkan sayapnya dan merambah seluruh dataran timur dan utara Sulawesi Selatan. Hal ini yang berpusat di Parepare untuk wilayah Ajatappareng.

Pada zaman Hindia Belanda, di Kota Parepare, berkedudukan seorang Asisten Residen dan seorang *Controlur* atau *Gezag Hebbber* sebagai Pimpinan Pemerintah (Hindia Belanda) dengan status wilayah pemerintah yang dinamakan “Afdeling Parepare” yang meliputi, Onder Afdeling Barru, Onder Afdeling Sidenreng Rappang, Onder Afdeling Enrekang, Onder Afdeling Pinrang dan Onder Afdeling Parepare.

Pada setiap wilayah/Onder Afdeling berkedudukan *Controlur* atau *Gezag Hebbber*. Disamping adanya aparat pemerintah Hindia Belanda tersebut, struktur Pemerintahan Hindia Belanda ini dibantu pula oleh aparat pemerintah raja-raja bugis, yaitu Arung Barru di Barru, Addatuang Sidenreng di Sidenreng Rappang, Arung Enrekang di Enrekang, Addatung Sawitto di Pinrang, sedangkan di Parepare berkedudukan Arung Mallusetasi.

Struktur pemerintahan ini, berjalan hingga pecahnya Perang Dunia II yaitu pada saat terhapusnya Pemerintahan Hindia Belanda sekitar tahun 1942. Pada zaman kemerdekaan Indonesia tahun 1945, struktur pemerintahan disesuaikan dengan undang-undang no. 1 tahun 1945 (Komite Nasional Indonesia). Dan selanjutnya Undang-undang Nomor 2 Tahun 1948, di mana struktur pemerintahannya juga mengalami perubahan, yaitu di daerah hanya ada Kepala Daerah atau Kepala Pemerintahan Negeri (KPN) dan tidak ada lagi semacam Asisten Residen atau Ken Karikan.

Pada waktu status Parepare tetap menjadi Afdeling yang wilayahnya tetap meliputi 5 Daerah seperti yang disebutkan sebelumnya. Dengan keluarnya Undang-Undang Nomor 29 tahun 1959 tentang pembentukan dan pembagian Daerah-daerah tingkat II dalam wilayah Provinsi Sulawesi Selatan, maka ke empat Onder Afdeling tersebut menjadi Kabupaten Tingkat II, yaitu masing-masing Kabupaten Tingkat II

Barru, Sidenreng Rappang, Enrekang dan Pinrang, sedangkan Parepare sendiri berstatus Kota Praja Tingkat II Parepare. Kemudian pada tahun 1963 istilah Kota Praja diganti menjadi Kotamadya dan setelah keluarnya UU No. 29 Tahun 1959 tentang Pembentukan Daerah Tingkat II di Sulawesi, maka status Kotamadya berganti menjadi “KOTA” sampai sekarang ini.

Didasarkan pada tanggal pelantikan dan pengambilan sumpah Wali Kotamadya Pertama H. Andi Mannaungi pada tanggal 17 Februari 1960, maka dengan Surat Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah No. 3 Tahun 1970 ditetapkan hari kelahiran Kotamadya Parepare tanggal 17 Februari 1960⁷⁹

4.1.2 Letak Geografis Kota Parepare

Kota Parepare merupakan salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang memiliki posisi strategis karena terletak pada jalur transportasi darat maupun laut, baik Utara-Selatan maupun Timur-Barat, dengan luas 99,33 km² yang terletak antara 3°57’39”-404’49” Lintang Selatan dan 119°36’24”-119°43’40” Bujur Timur. Terdiri atas 4 (empat) kecamatan dan 22 (dua puluh dua) kelurahan, yang secara administrasi memiliki wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pinrang.
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Sidenreng Rappang.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Barru.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Selat Makassar.

⁷⁹Wikipedia Bahasa Indonesia, Kota Parepare, 7 Juni 2017. https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Parepare (13 Juni 2017).

Tabel 1.1 Jumlah penduduk Kota Parepare

Kecamatan	Laki-Laki (Jiwa)	Perempuan (Jiwa)	Jumlah Penduduk (Jiwa)
	2016	2016	2016
Bacukiki	8.558	8.791	17.349
Bacukiki Barat	20.775	21.538	42.313
Ujung	16.588	17.418	34.006
Soreang	22.173	22.858	45.031
Parepare	68.094	70.605	138.699

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2016

4.1.3 Visi dan Misi Kota Parepare 2013-2018

VISI : *Terwujudnya Kota Parepare yang Maju, Peduli, Mandiri dan Bermartabat*

MISI :

1. Meningkatkan optimalisasi pelayanan pendidikan dan kesehatan secara berkeadilan, berkualitas dan berkesinambungan.
2. Mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi wilayah yang berbasis pada sumber daya lokal, mengembangkan investasi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan.
3. Mempercepat pemerataan pembangunan infrastruktur wilayah melalui keseimbangan penataan ruang dan adaptibilitas perubahan lingkungan hidup.

4. Memantapkan penegakan supremasi hukum, menyelenggarakan pemerintahan yang bersih dan meningkatkan partisipatif aktif masyarakat.
5. Mengaktualisasikan nilai-nilai agama dan budaya lokal dalam mengembangkan kehidupan bersama yang lebih baik.⁸⁰

4.1.4 Lokasi dan Konsep Pengelolaan Pasar Senggol Parepare

Pasar merupakan sebuah tempat bertemunya pembeli dengan penjual guna melakukan transaksi ekonomi yaitu untuk menjual atau membeli suatu barang dan jasa atau sumber daya ekonomi dan berbagai faktor produksi yang lainnya. Pada umumnya, pengertian pasar tidak menunjuk ke sebuah lokasi ataupun tempat-tempat tertentu, hal ini karena pasar tidak memiliki batas geografis.

Disetiap kecamatan Kota Parepare sudah terdapat pasar sebagai tempat untuk melakukan transaksi jual beli diantaranya: Pasar Lakessi, Pasar Labukkang, Pasar senggol, Pasar Sumpang, dan Pasar WekkeE, diantara beberapa pasar lainnya, pasar Senggol merupakan pasar utama yang terletak di Ujung Sabbang Kota Parepare. Pasar Senggol dikenal akan pedagang cakar. Banyak penduduk dari kota lain sering berkunjung di pasar tersebut.

Pasar Senggol mulai dibuka pada jam 4 Sore hingga jam 11 malam. Adanya rehabilitasi yang dilakukan oleh Walikota Parepare menambah minat pengunjung, walaupun tidak semua pedagang mendapat giliran rehabilitasi.

⁸⁰Muhammad Yusni, *Visi Misi Kota Parepare dan Arti Lambang Parepare*, 7 Februari 2012. www.pareparekota.go.id/kominfo/profil-kota/visi-misi-kota-parepare-dan-arti-lambang-parepare (13 Juni 2017).

Tabel 1.2 Jumlah tempat pedagang di pasar Senggol⁸¹

Jumlah Tempat	Sudah direhabilitasi	Belum direhabilitasi
789	574	215

4.1.5 Maksud dan Tujuan

4.1.5.1 Pasar Senggol diharapkan dapat dikelola lebih professional, dan memiliki pelayanan yang prima.

4.1.5.2 Potensi pendapat asli daerah (PAD) dapat dicapai sesuai yang diharapkan.

4.1.5.3 Tinjauan UPTD (Unit Pelaksanaan Teknis Daerah) pasar Senggol saat ini:

4.1.5.3.1 UPTD pasar berada dibawah koordinasi Dinas Perindag Kota Parepare.

4.1.5.3.2 UPTD pasar mengelola semua pasar di Kota Parepare sehingga tidak focus pada pengelolaan pasar Senggol saja.

4.1.5.3.3 UPTD pasar hanya memiliki kewenangan mengelola retribusi pasar sedangkan untuk pengelolaan kawasan pasar seperti parker, kebersihan, dan MCK bukan menjadi kewenangan UPTD pasar.

4.1.5.4 Alternatif Pengelolaan pasar Senggol.

4.1.5.4.1 Badan Pengelolaan pasar.

4.1.5.4.2 Tinjauan UPTD khusus.

4.1.5.4.3 Rekapitulasi jumlah pedagang

Banyaknya pedagang di pasar Senggol menjadi tempat alternatif untuk berbelanja pada malam hari. Pasar Senggol menjual aneka ragam jenis pakaian, cakar, sayuran, beberapa aksesoris dan lainnya. Mudahnya untuk menggunakan jasa transportasi umum menambah minat masyarakat untuk berkunjung. Hampir semua

⁸¹Hasil Wawancara dengan Akhsan.B (Ka Pasar SM Lakessi) 02 Juli 2017

kios di pasar Senggol digunakan sebagaimana mestinya. Setiap macam kios di pisahkan menurut jenis barang yang diperjualbelikan. Pasar senggol ramai akan pengunjung pada saat tertentu, misalnya pada malam minggu, dan hari raya tertentu.

4.2 Strategi Pengelola Pasar Senggol dalam Pengelolaan Pasar

4.2.1 Latar belakang perbaikan infrastruktur pasar senggol

Adanya pasar senggol merupakan sarana yang memudahkan bagi masyarakat. Perbaikan demi perbaikan yang dilakukan dapat mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung. Infrastruktur menjadi salah satu bagian yang mempengaruhi, terlebih kepada kenyamanan pengunjung serta keberlangsungan eksistensi pasar senggol.

Perbaikan pasar senggol pada dasarnya sebagai sebuah langkah strategi yang digunakan pihak pengelola untuk meningkatkan minat pengunjung. Pihak pengelola yang dalam hal ini adalah pemerintah memperhatikan kebutuhan yang diinginkan oleh pengunjung yang menjadi salah satu faktor penentu dalam membuat sebuah strategi

“Pada saat dulu keadaan pasar senggol tidak membuat nyaman para pengunjung disaat tertentu seperti saat hujan dan pemasangan tenda yang membuat keadaan terlihat kotor. Hal ini yang membuat pemerintah Kota Parepare selaku pihak pengelola untuk melakukan perbaikan infrastruktur”.⁸²

Berdasarkan pada pemaparan oleh pihak pengelola menjelaskan bahwa masyarakat merupakan salah satu pihak yang mempengaruhi dalam penentuan strategi yang akan digunakan. Hal ini didasarkan setiap organisasi (pihak pengelola) mempunyai hubungan dengan masyarakat, dimana mereka mempunyai interes dan

⁸² Hasil Wawancara dengan Akhsan.B (Ka Pasar SM Lakessi) 02 Juli 2017

tuntutan yang sangat bervariasi terhadap organisasi, sehingga perlu diberi perhatian oleh para penyusun strategi. Strategi juga menunjukkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat. Dengan kata lain bahwa strategi ini berkaitan dengan respon masyarakat.

Selain itu, hal yang melatarbelakangi perbaikan infrastruktur pasar senggol adalah visi misi kota Parepare. Sesuai dengan visi dan misi yang dimiliki oleh pihak pengelola pasar senggol. Diketahui bahwa sebagian dari visi misi kota Parepare adalah (1) Mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi wilayah yang berbasis pada sumber daya lokal, mengembangkan investasi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan; (2) Mempercepat pemerataan pembangunan infrastruktur wilayah melalui keseimbangan penataan ruang dan adaptabilitas perubahan lingkungan hidup.⁸³

Berdasarkan hal tersebut dengan memperhatikan pertumbuhan ekonomi serta mempercepat pemerataan pembangunan infrastruktur melalui penataan ruang yang tepat dipasar senggol merupakan strategi selanjutnya.

“Keadaan pasar senggol yang sangat berantakan, tidak permanen, dan terlihat semrawut diharapkan dapat lebih bersih dengan adanya pembangunan infrastruktur yang tepat. Kenyamanan akan kebersihan menjadi strategi yang tepat dalam langkah selanjutnya untuk meningkatkan minat pengunjung pada pasar senggol”⁸⁴

⁸³ Muhammad Yusni, *Visi Misi Kota Parepare dan Arti Lambang Parepare*, 7 Februari 2012. www.pareparekota.go.id/kominfo/profil-kota/visi-misi-kota-parepare-dan-arti-lambang-parepare (13 Juni 2017).

⁸⁴ Hasil Wawancara dengan Mahis (Ka Pasar Senggol) 15 Juli 2017

Dari kedua hal tersebut, maka latar belakang perbaikan infrastruktur pasar senggol dipengaruhi oleh dua hal yaitu kebutuhan masyarakat serta sarana untuk mengimplementasikan visi misi dari Kota Parepare. Seperti yang diketahui, dalam perbaikannya, proyek Pasar Senggol menggunakan anggaran sebesar Rp. 15,9 Miliar, total anggaran itu berasal dari Dana Alokasi Khusus (DAK) tambahan tahun 2015 sebesar Rp 9,6 Miliar dan bantuan APBN tahun 2014 sebesar Rp 6,3 Miliar.⁸⁵ Proyek yang menelan anggaran 9,6 miliar ini menjadikan pasar senggol tertata rapih dan inah ditambah dengan penerangan yang cukup. Hal ini membuat PT Purnama Karya Nugraha sebagai pelaksana mendapat pujian dari masyarakat.⁸⁶

4.2.2 Langkah-langkah/strategi yang dilakukan oleh pengelola

Strategi pertama yang digunakan oleh pihak pengelola yang berperan dalam pengembangan dan pelaksanaan pembangunan infrastruktur dipasar senggol yaitu memperhatikan kebutuhan yang diinginkan oleh pengunjung yang menjadi salah satu faktor penentu dalam membuat sebuah strategi

“Pada saat dulu keadaan pasar senggol tidak membuat nyaman para pengunjung disaat tertentu seperti saat hujan dan pemasangan tenda yang membuat keadaan terlihat kotor. Hal ini yang membuat pemerintah Kota Parepare selaku pihak pengelola untuk melakukan perbaikan infrastruktur”.⁸⁷

Berdasarkan pada pemaparan oleh pihak pengelola menjelaskan bahwa masyarakat merupakan salah satu pihak yang mempengaruhi dalam penentuan strategi yang akan digunakan. Hal ini didasarkan setiap organisasi (pihak pengelola)

⁸⁵<http://news.rakyatku.com/read/19090/2016/08/31/dalami-dugaan-korups-pasar-senggol-kejati-garap-dua-saksi>. 2 Oktober 2017

⁸⁶www.kabar-toraja.com/ekonomi/warga-apresiasi-revitalisasi-pasar-senggol-parepare.html. 2 Oktober 2017

⁸⁷Hasil Wawancara dengan Akhsan.B (Ka Pasar SM Lakessi) 02 Juli 2017

mempunyai hubungan dengan masyarakat, dimana mereka mempunyai interes dan tuntutan yang sangat bervariasi terhadap organisasi, sehingga perlu diberi perhatian oleh para penyusun strategi. Strategi juga menunjukkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat. Dengan kata lain bahwa strategi ini berkaitan dengan respon masyarakat.

Strategi yang selanjutnya adalah sesuai dengan visi dan misi yang dimiliki oleh pihak pengelola pasar senggol. Diketahui bahwa sebagian dari visi misi kota Parepare adalah (1) Mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi wilayah yang berbasis pada sumber daya lokal, mengembangkan investasi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan; (2) Mempercepat pemerataan pembangunan infrastruktur wilayah melalui keseimbangan penataan ruang dan adaptibilitas perubahan lingkungan hidup.⁸⁸

Berdasarkan hal tersebut dengan memperhatikan pertumbuhan ekonomi serta mempercepat pemerataan pembangunan infrastruktur melalui penataan ruang yang tepat dipasar senggol merupakan strategi selanjutnya.

“Keadaan pasar senggol yang sangat berantakan, tidak permanen, dan terlihat semrawut diharapkan dapat lebih bersih dengan adanya pembangunan infratraktur yang tepat. Kenyamanan akan kebersihan menjadi stretegi yang tepat dalam langkah selanjutnya untuk meningkatkan minat pengunjung pada pasar senggol”⁸⁹

⁸⁸ Muhammad Yusni, *Visi Misi Kota Parepare dan Arti Lambang Parepare*, 7 Februari 2012. www.pareparekota.go.id/kominfo/profil-kota/visi-misi-kota-parepare-dan-arti-lambang-parepare (13 Juni 2017).

⁸⁹ Hasil Wawancara dengan Mahis (Ka Pasar Senggol) 15 Juli 2017

Strategi selanjutnya adalah menjelaskan bagaimana merebut pasaran ditengah masyarakat atau bagaimana untuk meraih keunggulan komparatif. Strategi ini dimaksudkan untuk dapat memperoleh keuntungan strategik yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik. Tidak dipungkiri bahwa pasar senggol bukanlah satu-satunya tempat perbelanjaan yang ada di kota Parepare. Keadaan seperti ini dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap pasar senggol. Melalui wawancara dengan pihak pengelola mengenai strategi ini, pihak pengelola mengatakan bahwa ini merupakan strategi untuk meningkatkan minat dalam persaingan dengan tempat lain.

“Dalam peningkatannya kami lebih memperbaiki infrastruktur yang ada. Seperti yang ada saat ini kami lebih memperhatikan kenyamanan pengunjung. Tenda-tenda yang dulunya mungkin membuat para pengunjung tidak nyaman kami ubah dengan pembangunan terowongan. Selain itu, setelah adanya perbaikan infrastruktur jumlah kios pedagang pun bertambah, bahkan mencapai lebih dari 700 kios. Tentu ini akan menjadi nilai lebih karena masyarakat dapat lebih leluasa dalam berbelanja. Selain itu, dalam pencapaian target tidak ada perubahan yang signifikan yang penting target sesuai dengan yang diinginkan yaitu adanya peningkatan terhadap pengunjung.”⁹⁰

Melalui berbagai macam strategi tersebut pada dasarnya tujuan dari pihak pengelola adalah terhadap pengunjung. Kenyamanan serta minat pengunjung adalah tujuan yang ingin dicapai dalam pembangunan infrastruktur.

4.2.3 Pihak yang berperan dalam perbaikan infrastruktur pasar senggol

Perbaikan infrastruktur pasar senggol yang lebih dikenal dengan proyek revitalisasi pasar senggol merupakan salah satu dari 10 program prioritas walikota

⁹⁰ Hasil Wawancara dengan Mahis (Ka Pasar Senggol) 15 Juli 2017

dan wakil walikota.⁹¹ Perbaikan infrastruktur termasuk kedalam point ke-10 yaitu dalam hal optimalisasi Kota Parepare sebagai sentra kawasan ekonomi terpadu.

No.	10 Program Prioritas Walikota dan Wakil Walikota	Program Permendagri Nomor 13 Tahun 2006	SKPD Penanggung Jawab
10.	Optimalisasi Kota Parepare Sebagai Sentra Kawasan Ekonomi Terpadu		
	Membangun infrastruktur penunjang kawasan ekonomi terpadu	1. Program Pembangunan Jalan dan Jembatan	Dinas Pekerjaan Umum
	Menjalin hubungan kerjasama antar daerah, antar pulau, antar provinsi, untuk menggairahkan sektor niaga dan jasa	2. Program Revitalisasi Sarana dan Prasarana Perkotaan <ul style="list-style-type: none"> - Revitalisasi Pasar Senggol - Revitalisasi Lapangan A. Makkasau - Revitalisasi Jl. Sultan Hasanuddin - Revitalisasi Monumen Korban 40.000 jiwa - Revitalisasi Pintu Gerbang Perbatasan Kota - Revitalisasi Jembatan Rujab Walikota - Revitalisasi Parepare Beach - Revitalisasi Pasar Ikan - Pembangunan Pasar Kuliner Tonrangeng 	Dinas Pekerjaan Umum

Sumber: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare 2014

Berdasarkan tabel diatas, dalam hal pembangunan pasar senggol pihak penanggung jawab oleh pemerintah adalah Dinas Pekerjaan Umum dan bekerja sama dengan pihak swasta (PT Purnama Karya Nugraha). Proyek Pasar Senggol menggunakan anggaran sebesar Rp. 15,9 Miliar, total anggaran itu berasal dari Dana Alokasi Khusus (DAK) tambahan tahun 2015 sebesar Rp 9,6 Miliar dan bantuan

⁹¹ Dokumen pemerintah kota Parepare, *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPMJD) Kota Parepare Tahun 2013-2018* (Kota Parepare: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare, 2014), h. 302.

APBN tahun 2014 sebesar Rp 6,3 Miliar.⁹² Proyek yang menelan anggaran 9,6 miliar ini menjadikan pasar senggol tertata rapih dan inah ditambah dengan penerangan yang cukup. Hal ini membuat PT Purnama Karya Nugraha sebagai pelaksana mendapat pujian dari masyarakat.⁹³

4.2.4 Strategi pengembangan pasar senggol

Pengembangan pasar senggol Parepare, didasari oleh beberapa faktor dan juga dipengaruhi oleh berbagai pihak ada. Dalam pengembangan pasar senggol, pihak pengelola dalam penerapannya melakukan beberapa strategi, yaitu:

4.2.4.1 Program pelayanan administrasi perkantoran

Program pelayanan administrasi perkantoran pasar senggol, saat ini masih berada dalam satu lingkup dengan pelayanan pasar lakessi. Akan tetapi, pada bagian pengelolaan terbagi hal ini berbedanya kepala pasar lakessi dan kepala pasar senggol.

“Tentang administrasi kami masih dalam satu lingkup dengan pasar lakessi, walaupun demikian pihak penanggung jawabnya berbeda. Tetapi, misalnya ada hal perlu ditanyakan dapat dipertanyakan langsung, bila yang berkaitan dengan persuratan misalnya penelitian yang dilakukan mahasiswa atau yang lainnya maka persuratannya dengan kantor di lakessi”⁹⁴

⁹²<http://news.rakyatku.com/read/19090/2016/08/31/dalami-dugaan-korups-pasar-senggol-kejati-garap-dua-saksi>. 2 Oktober 2017

⁹³www.kabar-toraja.com/ekonomi/warga-apresiasi-revitalisasi-pasar-senggol-parepare.html. 2 Oktober 2017

⁹⁴ Hasil Wawancara dengan Mahis (Ka Pasar Senggol) 1 Oktober 2017

4.2.4.2 Pemeliharaan sarana dan prasarana kebersihan pasar senggol

Kebersihan pasar senggol menjadi salah satu yang menarik perhatian. Sebagaimana yang diketahui, banyaknya pedagang dengan bermacam-macam jenis barang tentu akan menghasilkan berbagai macam sampah.

“Tentu kami memperhatikan kebersihan yang ada di pasar senggol, terlebih yang berjualan disini bermacam-macam. Pemerintah Kota Parepare selaku pengelola sering membritahukan kepada para pedagang agar memperhatikan kebersihan tempat mereka berjualan. Selain itu, dari dinas kebersihan kota Parepare juga turut membantu, setiap paginya ada penyapu jalanan yang bertugas.”⁹⁵

Berdasarkan wawancara tersebut, pihak pengelola memperhatikan mengenai kebersihan. Pembangunan infrastruktur juga harus dilengkapi dengan peningkatan sarana dan prasarana kebersihan oleh pemerintah. Selain itu, kesadaran diri yang tinggi akan kebersihan oleh para pedagang dapat membantu pemeliharaan sarana dan prasaranan kebersihan di pasar senggol.

4.2.4.3 Pengelolaan ketertiban dan keamanan pasar senggol

“Dalam penertiban dan keamanan mungkin dalam hal parkir, seperti yang kita tau ketika pengunjung pasar senggol banyak jika parkir tidak diatur dengan baik maka akan menyebabkan kerancuan. Di sini, ada beberapa juru parkir yang menata motor dan mobil dan menjaga. Bahkan di bagian penjualan makanan di samping piala adipura, ada juru parkir yang menggunakan nomor. Hal tersebut menjadi salah satu cara keamanan.”

Berdasarkan wawancara tersebut, pihak pengelola bekerja sama dengan para juru parkir dalam hal pengelolaan ketertiba dan keamanan pasar senggol dalam hal

⁹⁵ Hasil Wawancara dengan Mahis (Ka Pasar Senggol) 01 Oktober 2017

kendaraan. Ini merupakan salah satu pengembangan yang dilakukan oleh pihak pengelola, melalui hal seperti ini kenyamanan pengunjung akan terpengaruhi.

4.2.4.4 Pengembangan pasar dan komunitas

Adanya pengembangan pasar dan komunitas menjadi salah satu strategi dalam pengembangan pasar senggol. Melalui pengembangan pasar dapat meningkatkan minat pengunjung terhadap pasar senggol. Selain itu, melalui pengembangan komunitas menjadi faktor pemersatu antara para pedagang yang ada di pasar senggol.

“Dalam pengembangan pasar, pihak pemerintah Kota Parepare memiliki strategi dengan menjadikan pasar senggol bukan hanya menjadi tempat berbelanja tetapi juga terpat wisata bagi pengunjung. Melalui pembangunan pasar senggol kami ingin menjadikannya sebagai ikon dari Kota Parepare. Selain itu, saat ini sudah ada pengembangan komunitas para pedagang yang ada dipasar senggol.”

4.3 Minat Pengunjung Pasar Senggol Setelah adanya Perubahan Infrastruktur

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat dapat berupa faktor internal maupun eksternal. Selain itu, faktor-faktor yang menimbulkan minat pada diri seseorang terhadap sesuatu dapat digolongkan sebagai berikut: (1) Faktor kebutuhan dari dalam; (2) Faktor motif sosial dan (3) Faktor emosional.

Dengan adanya perubahan infrastruktur terhadap pasar senggol dapat mempengaruhi minat pengunjung. Berikut hasil wawancara yang disampaikan oleh informan;

1. Dwi Sri Alfira (Pelajar):

“Kalo sekarang toh lebih nyaman karna cantik mih tempatnya tidak perlu mih pasang tenda jadi bajunya tidak perlu dibongkar pasang. Sekarang juga lebih nyaman. Misalnya dulu kalo hujan, tendanya penuh air baru na

kenna meki juga air, baru banjir juga. Lebih tinggi juga minatku sekarang karena cantikmih tidak pake tenda.”⁹⁶

2. Herman:

“Iyya lebih nyaman sekarang, bagus tempatnya, lebih luas juga. Pokoknya cantik betulmih pasar senggol sekarang tidak kayak dulu. Luas terus terang mih juga tempatnya. Pkoknya nyaman mih sekarang. Bagus mih kalo sudah diperbaiki kayak begini”⁹⁷

3. Ardiansyah:

“Bagus sekarang pasar senggol. Bagus sudah diperbaiki seperti ini. Iyya bagus mih infrstrukturnya. Dulu saja ku suka belanja disini sekarang semakin kusuka mih belanja dipasar senggol”

4. Suriani :

“Nyaman sekarang belanja di pasar senggol. Tidak khawatir kehujanan seperti dulu. Kan dulu tenda jih na pake penjualnya jadi kadang pembelinya kebasahan juga kalo banyak air di tendanya. Lebih suka juga anakku diajak belanja di sini. Saya sama keluarga nyaman belanja di sini sekarang karena bagus infrastrukturnya”⁹⁸

5. M. Dzacky:

“Pembangunan infrastruktur ini salah satu bentuk kepeduliannya pemerintah terhadap kita para msyarakat kota Parepare. Sekarang rasanya sudah lebih nyaman berbelanja di sini. Berbeda sekali dengan dulu sewaktu belum diperbaiki infrastrukturnya. Keadaanya juga kayaknya sudah sesuai dengan kenyamanan masyarakat. Saya sendiri merasa nyaman kalau berbelanja disini karena telah diperbaiki infrastrukturnya seperti ini, penjual juga sudah bertambah jadi kebutuhan masyarakat terpenuhi.”⁹⁹

6. Abdillah F :

“Saya baru pertama kali belanja di sini, karena mahasiswa baruka kuliah di Parepare. Tadi pas datang kesini langsung suka sama infrastrukturnya senggol. Ini bagus karena merupakan bentuk kemajuan karena dulu kata temanku cuman pakai tenda ji penjualnya tapi sekarang tidak. Tentu

⁹⁶ Wawancara dengan Dwi Sri Alfira, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di Asrama pom, pada Tanggal 5 Juli 2017.

⁹⁷Wawancara dengan Herman, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di andi makasau, pada Tanggal 5 Juli 2017.

⁹⁸Wawancara dengan Suriani, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di soreang, pada Tanggal 5 Juli 2017.

⁹⁹Wawancara dengan M Dzacky, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di pondok Indah, pada Tanggal 5 Juli 2017.

sangat nyaman, walaupun ini yang pertama kalinya saya datang tapi sangat nyaman dengan infrastrukturnya”¹⁰⁰

7. Syahrul Ramadhan:

“Bagus sekarang senggol karena maju mih. Dulu waktuku sebelum kuliah diluar kota masih pakai tenda jih penjualnya. Bagus mih jadi bertambah lagi tempat bagusnya parepare. Karena pasti lebih nyaman semua belanja disini. Dulu juga bagus cuman sekarang lebih nyaman tempatnya, kelihatan lebih luas juga jadi leluasa pembeli disini.”¹⁰¹

Berdasarkan pemaparan para pengunjung pasar Senggol Parepare sebagian besar merasa senang akan adanya perubahan infrastruktur yang dilakukan oleh pemerintah. Dengan adanya perubahan infrastruktur rata-rata minat pengunjung lebih meningkat untuk mengunjungi pasar senggol. Kenyamanan akan bentuk infrastruktur yang ada saat ini benar-benar menjadi hal yang berpengaruh terhadap minat.

Dalam hal minat terhadap sesuatu, dipengaruhi oleh beberapa hal begitupun minat terhadap pasar senggol Parepare. Selain perubahan infrastruktur, hal yang lain dapat mempengaruhi minat pengunjung dapat berupa pengalaman konsumsi (menggunakan), faktor sosial, sejarah masa lalu, pekerjaan, latar belakang sosial-ekonomi, usia, produk dan pelayanan yang ada di pasar senggol Parepare.

4.3.1 Pengalaman Konsumsi

Adanya pengalaman konsumsi dapat menjadi faktor penentu timbulnya minat terhadap seseorang akan suatu hal. Begitupun pengalaman konsumsi yang telah diperoleh ketika berbelanja dipasar senggol Parepare menjadi penentu minat. Berikut hasil wawancara yang disampaikan oleh informan;

¹⁰⁰ Wawancara dengan Abdillah F, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di Amal Bakti, pada Tanggal 5 Juli 2017.

¹⁰¹ Wawancara dengan Syahrul Ramadhan, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di Lapadde, pada Tanggal 5 Juli 2017.

1. Dwi Sri Alfira:
 “hal yang menyebabkan mengapa saya lebih suka berbelanja dipasar senggol adalah karena jaraknya dekat dengan rumah saya. Selain itu, yang juga saya suka saat berbelanja di senggol adalah karena saya bisa menawar”.¹⁰²
2. Nurmiati Laoca:
 “Saya suka berbelanja di senggol karena memang dari dulu kami sekeluarga selalu berbelanja di sini. Disini juga nyaman, pemandangan pasar pada malam hari menjadi daya tarik tersendiri, terlebih saat ini sudah ada perbaikan seperti sekarang. Pokoknya pasar senggol beda dengan tempat belanja lainnya.”¹⁰³
3. Ayu Lestari:
 “Saya sudah sering kesini, pasar senggol memang beda dari yang lain. Memang banyak tempat yang menjual barang seperti yang ada di senggol. Tapi, saya tetap lebih suka disini.”¹⁰⁴

Berdasarkan hasil wawancara terhadap sebagian besar pengunjung mengenai hal yang mempengaruhi minat terhadap pasar senggol Parepare, sebagian besar dari mereka memiliki pengalaman konsumsi. Pengalaman berbelanja inilah yang menjadi salah satu faktor mengapa mereka memilih berbelanja di tempat lain. Dapat dikatakan bukan hanya berdasarkan infrastrukturnya tetapi karena adanya pengalaman mereka terhadap pasar senggol.

4.3.2 Faktor latar belakang Sosial-Ekonomi

Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah. Melalui wawancara yang dilakukan peneliti terhadap

¹⁰² Wawancara dengan Dwi Sri Alfira, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di Asrama pom, pada Tanggal 5 Juli 2017.

¹⁰³ Wawancara dengan Nurmiati Laoca, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di jalan Mangga, pada Tanggal 5 Juli 2017.

¹⁰⁴ Wawancara dengan Ayu Lestari, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di jalan Laupe, pada Tanggal 5 Juli 2017.

pengunjung, dapat dikaitkan bahwa sosial ekonomi juga menjadi faktor dalam penentuan minat, diantaranya:

1. Sulaiman:
 “Belanja di pasar senggol sering saya lakukan, kam sekeluarga saat akan berbelanja untuk kebutuhan. Disini murah dibanding tempat lain, juga bisa menawar jadi tidak terlalu bermasalah untuk keadaan ekonomi saya.”¹⁰⁵
2. Darma Yanti:
 “Disini bisa nawar, harganya juga pas dikantong apalagi untuk kayawan seperti saya. Lama mih saya belanja dipasar senggol, pokoknya beda sama tempat lain. Nyaman juga disini banyak barang dijual yang kadang susah dicari ditempat lain.”¹⁰⁶

4.3.3 Pekerjaan

Adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktifitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain. Pengunjung pasar senggol memiliki pekerjaan yang berbeda-beda yang juga akan mempengaruhi terhadap minat berbelanja dipasar senggol.

Berikut hasil wawancara yang disampaikan oleh pengunjung yang memiliki bidang pekerjaan yang berbeda:

1. Eka Sri Annisa J (Ibu rumah Tangga) :
 “Lebih nyaman sekarang belanja di senggol, tidak kumuh mih juga kayak dulu, lebih nyaman juga bawa anak kecil disini. Tidak becek juga kalau hujan. Yang kusuka juga kalau belanja disini karena bisa menawar toh tidak seperti di tempat lain maklum ibu-ibu kan suka kalau murah supaya bisa dibelikan yang lain.”¹⁰⁷

¹⁰⁵ Wawancara dengan Sulaiman, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di Lapadde, pada Tanggal 8 Juli 2017.

¹⁰⁶ Wawancara dengan Darma Yanti, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di jalan Langsung, pada Tanggal 8 Juli 2017.

¹⁰⁷ Wawancara dengan Eka Sri Annisa J, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di jalan Asrama Pom, pada Tanggal 8 Juli 2017.

2. Hj. Rosmiani (Wiraswasta)

“Selalu ka saya belanja disenggol, iya lebih nyaman sekarang karena bagus mih tempatnya. Kan saya penjual makanan jadi kalo belanja bahan di senggol ka juga belanja. Karena biasa ada yang tidak sempat ku beli di lakessi kalo siang makanya di senggolka belanja. Murah juga belanja disini, bisa juga menawar.”¹⁰⁸

3. Veby Febriana (Pelajar):

“Bagus sekarang senggol, keliatan lebih luas karena sudah diperbaiki. Semakin cantik juga tempatnya. Iya, saya kalau beli buku atau baju sekolah selalu disini sama mamaku. Karena kalau baju sekolah bisa menawar. Sepatu juga selalu beli di sini. Kalau di toko tidak bisa ki menawar kayak disini”.¹⁰⁹

Berdasarkan wawancara tersebut dengan adanya perbedaan pekerjaan juga menjadi penentu minat oleh pengunjung terhadap pasar senggol.

4.3.4 Sejarah Masa Lalu

Kenangan seseorang terhadap sesuatu juga menjadi penentu minat seseorang. Hal ini sama halnya dengan minat pengunjung terhadap pasar senggol. Tidak semuanya pengunjung merupakan orang baru. Banyak diantara mereka sudah berkali-kali datang ke pasar senggol Parepare. Berdasarkan wawancara terhadap sebagian pengunjung membuktikan bahwa sejarah masa lalu menjadi penentu minat, diantaranya:

1. Ardiansyah:

“Bagus sekarang pasar senggol. Bagus sudah diperbaiki seperti ini. Iyya bagus mih infrstrukturnya. Dulu saja ku suka belanja disini sekarang semakin kusuka mih belanja dipasar senggol”¹¹⁰

¹⁰⁸ Wawancara dengan Hj. Rosmiani, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di jalan Langsat, pada Tanggal 5 Juli 2017.

¹⁰⁹ Wawancara dengan Veby Febriana, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di jalan Andi Makkasau, pada Tanggal 5 Juli 2017.

¹¹⁰ Wawancara dengan Ardiansyah, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di Soreang, pada Tanggal 5 Juli 2017.

2. Jeri L:

“Waktu kecil saya sering diajak dengan orang tua, dulu tempatnya tidak sebegini tapi tetap saya suka karena ramai kan anak kecil suka tempat yang ramai banyak macam-macamnya penjual apalagi penjual mainan. Sekarang setelah saya kembali ke sini untuk berlibur kagetka liat keadaannya pasar senggol yang makin bagus, makin ramai juga. Bisa mih dikatakan kalau ini merupakan bentuk perhatian pemerintah terhadap masyarakatnya. Apalagi pasar senggol kan juga jadi daya tarik tersendiri untuk pengunjung baik yang dari dalam atau luar kota Parepare”.¹¹¹

4.3.5 Produk

Kebutuhan konsumen akan suatu barang merupakan hal yang mutlak. Penyediaan barang yang memadai oleh pedagang akan menjadi keseimbangan antara kebutuhan dan barang yang tersedia. Produk yang tersedia di pasar senggol Parepare juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat pengunjung. Tersedianya produk barang di pasar senggol yang tidak ada di tempat lain menjadi hal yang menarik minat pengunjung.

Sebagaimana hasil wawancara pada sebagian pengunjung mengenai produk yang tersedia dipasar senggol, apakah dapat menarik minat mereka untuk mengunjungi pasar senggol parepare.

1. Yuliani :

“Banyak barang dijual disini, bagus mih juga tempatnya jadi tambah nyamanki belanja. Kadang ada barang yang tidak kudapat di tempat lain tapi ada jih dijual disini.”¹¹²

2. Adrianus L:

“Sekarang bagus mih tampilannya pasar senggol, lebih luas juga. Tentu minat pengunjung seperti saya jadi meningkat. Karena belanja di sini sudah nyaman tidak seperti dulu. Banyak juga sepatu cakar di jual disini, saya lebih suka belanja cakar karena awet na bilang mamaku, baru dari

¹¹¹ Wawancara dengan Jeri L, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di Makassar, pada Tanggal 5 Juli 2017.

¹¹² Wawancara dengan Yuliani, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di Lasinrang, pada Tanggal 5 Juli 2017.

luar negeri juga di. Di tempat lain jarang jual cakar sebanyak pasar senggol, lebih leluasa juga memilih.”¹¹³

3. Nuning:

“Selalu ka saya belanja di senggol, karena kadang tidak sempat ka beli kalau siang karea kerja. Banyak juga produk di jual disini, macam-macam apalagi alat make-up. Jadi leluasa ki pilih, murah juga harganya disini.”¹¹⁴

4.3.6 Pelayanan

Kualitas sebuah pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

1. Anthy:

“Sekarang pasar senggol sudah makin nyaman karena ada pembangunan infrastruktur seperti ini. Lebih teratur juga pedagangnya lebih kelihatan bersih tidak seperti dulu sewaktu pakai tenda. Makin merasa nyaman juga karena pelayanan yang di berikan lebih bagus. Terus penjualnya juga ramah terhadap pembeli memang hampir sama dengan tempat lain tapi ada jih juga bedanya. Karena ibaratnya ini pasar komplit, karena banyak juga penjual makanan jadi bisa berbelanja sambil kuliner.”¹¹⁵

2. Farida:

“Perbedaan pasar senggol yang dulu dan sekarang jelas sangat berbeda. Dulu sebelum ada perbaikan infrstruktur mempengaruhi banyak hal misalnya ketakutan bagi pengunjung keika hujan. Selain itu cara pelayanannya juga berbeda karena adanya perubaham tata letak. Jadi

¹¹³ Wawancara dengan Adrianus L, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di Lapadde, pada Tanggal 5 Juli 2017.

¹¹⁴ Wawancara dengan Nuning, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di Jend. Sudirmanr, pada Tanggal 5 Juli 2017.

¹¹⁵ Wawancara dengan Anthy, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di jalan Menara pada Tanggal 5 Juli 2017.

perubahan pelayanan menurut saya sebelum dan sesudah diperbaiki yah jelas terasa.”¹¹⁶

3. Nurul Amalia:
 “Sebagai pengunjung yah saya merasa lebih nyaman dan antusias dibandingkan dulu. Tentu perbaikan infrastruktur juga mempengaruhi. Dulu saya masih ingat ketika belum adanya perbaikan cara penjual melayani pembeli tidak maksimal dan terkadang pembeli merasa tidak nyaman apalagi ketika air di tenda sudah banyak. Kadang merasa was-was akan basah. Juga kadang karena becek. Pkoknya sudah berbeda, pelayanannya juga makin bagus, jadi lebih suka berbelanja di senggol sekarang.”¹¹⁷

Berdasarkan pelayanan yang baik oleh penjual di pasar senggol juga menjadi salah satu penentu minat pengunjung. Kenyamanan pengunjung di karenakan pelayanan yang baik oleh penjual meningkatkan minat pengunjung unuk berbelanja kembali di pasar senggol. Sebagaimana yang dikatakan oleh beberapa pengunjung akan pelayanan yang diperoleh ketika berbelanja di pasar senggol Parepare.

4.4 Tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pengembangan yang digunakan oleh pengelola pasar dalam meningkatkan minat pengunjung

Secara umum tujuan ekonomi Islam dalam Islam adalah untuk menciptakan *al-Falah* atau kemenangan, keselamatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Mencapai hal demikian, maka manusia harus bekerja keras mencari rezeki dalam rangka memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya baik yang bersifat materi maupun non material (rohaniah), serta berbuat baik dengan harta yang dimilikinya dengan memperhatikan nilai-nilai dan norma-norma ajaran Islam, berupa pelaksanaan

¹¹⁶ Wawancara dengan Farida, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di Gelatik, pada Tanggal 5 Juli 2017.

¹¹⁷ Wawancara dengan Nurul Amalia, pengunjung Pasar Senggol, Bertempat Tinggal di Soreang, pada Tanggal 5 Juli 2017.

perintahnya dan menjauhkan larangannya agar terciptanya kemashlahatan yang sesungguhnya baik untuk dirinya sendiri dan orang lain.¹¹⁸

Pengembangan pasar Senggol yang dilakukan oleh pemerintah sebagai pengelola dalam rangka mewujudkan visi-misi serta menjadi salah satu cara dalam meningkatkan minat pengunjung. Kebijakan dalam pengelolaan ini disusun dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan dari pasar Senggol. Dari segi aspek ekonomi sebagai salah satu penunjang pertumbuhan dan perkembangan pasar tradisional, selanjutnya pada aspek non fisik melalui pengelolaan adalah hal yang penting serta dari aspek sosialpun penting.

Pemerintah kota Parepare dalam rangka perbaikan infrastruktur pada pasar Senggol menjadi salah satu tujuan yang ingin dicapai dalam membangun perekonomian. Oleh karenanya itu, dalam hal ini penggunaan manajemen yang tepat oleh pengelola sangatlah penting untuk menunjang tujuan dari sebuah rencana yang dibuat. Hal ini berarti, strategi yang digunakan dalam pengembangan pasar Senggol harus dikonsepsikan secara matang, agar hasil dari rencana tersebut dapat maksimal. Dalam hal ini terdapat aspek secara ekonomi dan aspek secara fisik yang keduanya merupakan bagian dalam pengembangan pasar senggol.

4.4.1 Aspek Ekonomi

Pada dasarnya tujuan perbaikan pasar Senggol merupakan salah satu cara dalam meningkatkan minat pengunjung dan hal ini berkaitan secara langsung dengan

¹¹⁸Anwar Abbas, *Dasar-Dasar Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Uin Syahid, 2009), h. 14.

keadaan perekonomian. Hal ini dikarenakan pada dasarnya melalui perbaikan yang dilakukan oleh pengelola bermaksud agar mencapai kesejahteraan untuk seluruh masyarakatnya termasuk pada peningkatan minat pengunjung yang berdampak pada peningkatan penghasilan pedagang.

Indikator dari aspek ekonomi yang dimaksud dalam hal ini adalah bagaimana sebuah kebijakan yang dilakukan oleh pengelola dapat memuaskan seluruh kebutuhan publik. Saat ini, sebagian besar pengunjung merasakan perbedaan yang jelas setelah adanya perbaikan infrastruktur dan tentu saja hal ini berpengaruh terhadap minat mereka.

Jadi, berdasarkan hal ini strategi pengembangan pasar Senggol yang dilakukan oleh pihak pengelola telah berhasil meningkatkan minat pengunjung. Hal ini dilihat dari meningkatnya respon pengunjung terhadap pasar Senggol setelah adanya perbaikan.

4.4.2 Aspek Fisik

Aspek fisik yang terdapat di pasar Senggol meliputi fasilitas-fasilitas umum yang ada (perbaikan bangunan, perbaikan fasilitas yang ada seperti WC Umum) dan peningkatan kebersihan serta keamanan. Sebagaimana yang telah dianjurkan dalam hadis di bawah ini:

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى طَيِّبٌ الطَّيِّبِ نَظِيفٌ يُحِبُّ النَّظَافَةَ كَرِهَ الْكِرَامَ جَوَادُّ يُحِبُّ
الْجُودَ فَتَنَظَّفُوا أُنْفُسَكُمْ

Artinya:

Sesungguhnya Allah swt., itu baik, Dia menyukai kebaikan. Allah itu bersih, Dia menyukai kebersihan. Allah itu mulia, Dia menyukai kemuliaan. Allah itu

dermawan ia menyukai kedermawanan maka bersihkanlah olehmu tempat-tempatmu. (H.R. At-Tirmidzi: 2723)

Beberapa pengunjung pasar Senggol berpendapat bahwa jika melihat dari aspek fisik pada pasar Senggol sudah memuaskan. Berdasarkan pada teori, fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung serta wujud merupakan satu indikator yang paling konkrit, wujudnya dapat berupa segala hal yang dapat dilihat. Dalam hal ini, faktor-faktor yang terkait fasilitas fisik yang ada setelah perbaikan pasar Senggol diantaranya adalah pembangunan atap, los-los pedagang, perbaikan wc yang secara fisik telah dilakukan oleh pihak pemerintah selaku pengelola,

Kriteria yang paling penting pada aspek fisik adalah terciptanya kondisi pasar yang aman, nyaman dan bersih bagi konsumen, menciptakan pasar yang berdaya saing sehingga lebih kompetitif, dan mengurangi potensi konflik dengan masyarakat. pada pengembangannya, pasar Senggol diharapkan dapat menjadi salah satu faktor pertumbuhan ekonomi serta peningkatan minat pengunjung ditengah persaingan tempat perbelanjaan yang semakin beragam.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

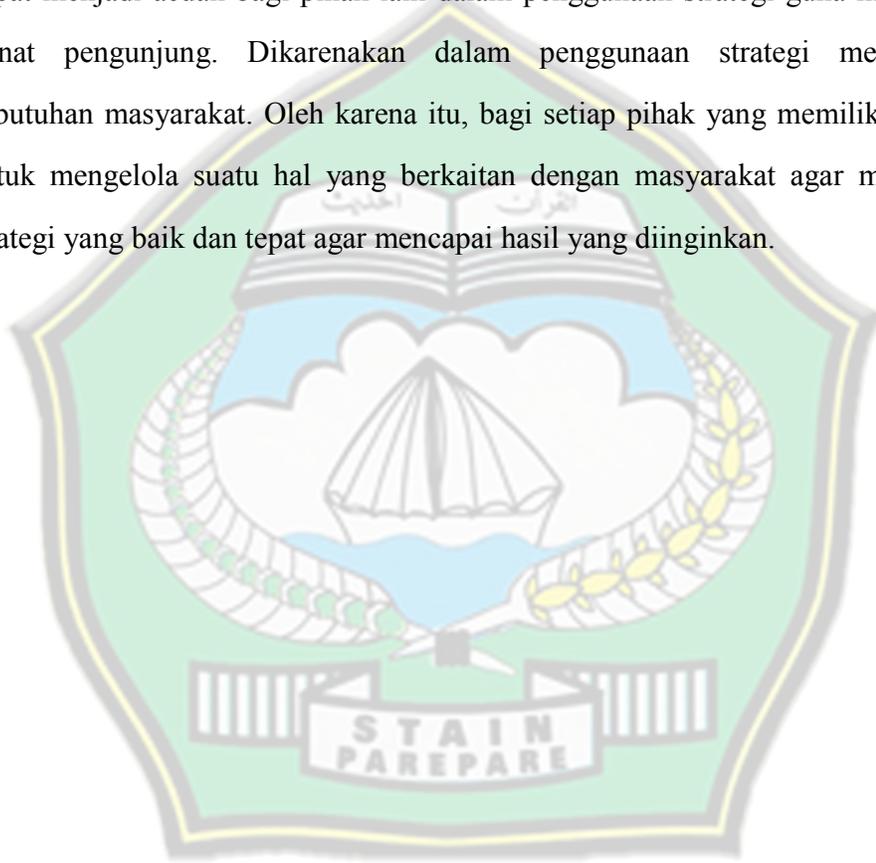
Strategi awal yang dilakukan oleh pihak pengelola adalah dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat. Keadaan pasar senggol yang sebelumnya dianggap tidak nyaman menjadi salah satu faktor yang melandasi pembangunan infrastruktur. Strategi yang selanjutnya adalah sesuai dengan visi dan misi yang dimiliki oleh pihak pengelola pasar senggol. Selain itu, dengan maksud dan tujuan untuk meningkatkan minat pengunjung terhadap pasar senggol maka dilakukan pembangunan infrastruktur.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat dapat berupa faktor internal maupun eksternal. Selain perubahan infrastruktur, hal yang lain dapat mempengaruhi minat pengunjung dapat berupa pengalaman konsumsi (menggunakan), faktor sosial, sejarah masa lalu, pekerjaan, latar belakang sosial-ekonomi, usia, produk dan pelayanan yang ada di pasar senggol Parepare.

Secara umum tujuan ekonomi Islam dalam Islam adalah untuk menciptakan *al-Falah* atau kemenangan, keselamatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Pengembangan pasar Senggol yang dilakukan oleh pemerintah sebagai pengelola dalam rangka mewujudkan visi-misi serta menjadi salah satu cara dalam meningkatkan minat pengunjung. Dalam hal ini terdapat aspek secara ekonomi dan aspek secara fisik yang keduanya merupakan bagian dalam pengembangan pasar senggol.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung yang dalam pelaksanaannya dapat menjadi acuan bagi pihak lain dalam penggunaan strategi guna meningkatkan minat pengunjung. Dikarenakan dalam penggunaan strategi memperhatikan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, bagi setiap pihak yang memiliki wewenang untuk mengelola suatu hal yang berkaitan dengan masyarakat agar menggunakan strategi yang baik dan tepat agar mencapai hasil yang diinginkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Anwar. 2009. *Dasar-Dasar Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Uin Syahid.
- Ali, Zainuddin. 2011. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Al-Kaff, Abdullah Zaky. 2002. *Ekonomi dalam Perspektif Islam*. Bandung: PT. Pustaka Setia Pertama.
- Azwar, Saifuddin. 2000. *Metode Penelitian*. Cet, Ke-2; Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Bakker, Anton dan Achmad Charris Zubair. 1989. *Metodologi Penelitian Filsafat*, Yogyakarta: Kanisius.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Penelitian Kualitatif: Ancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora*. Cet I; Bandung: CV Pustaka Setia.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*.
- Departemen Pendidikan Nasional RI. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa.
- Halide. 1982. *Majalah, Mimbar Ummi*.
- Karim, Adiwarmanto. 2011. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. 2007. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- M. Saefuddin, Ahmad. 2009. *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta Pusat: Media Da'wah dan LIPPM.
- Mardalis. 2004. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Cet. 7; Jakarta: Bumi Aksara.
- Mohamad, Hidayat. 2010. *The Sharia Economic*, Jakarta: Zikrul.
- P3EI. 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Rivai, Viethzal dan Andi Buchari. 2009. *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Soemitro ,Ronni Hanitijo. 1985. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta:Ghalia Indonesia,1985.

- Subagyo, Joko. 2004. *Metode Penelitian dalam Teori dan Prektek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2002. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sutopo, H.B. 2002. *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet.I; Surakarta: UNS Press.
- Suwardi, Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Indah.
- Suyanton, Bagong dan Sutinah. 2007. *Metode Penelitian Sosial*, Ed.I, Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Usman, Husaini & Purnomo Setiadi Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Cet I; Jakarta, Bumi Aksara
- [Yasanto, M. Ismail dan M. Arif Yunus. 2009. *Pengantar Ekonomi Islam*. Bogor: Al-Azhar Press.](#)
- <http://antropologimakassar.blogspot.co.id/2014/02/laporan-penelitian-perdagangan-cakar.html?m=1>.
- http://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Parepare
- https://id.m.wikipedia.org/wiki/Manajemen_strategis.
- [www.repository.iainpurwokerto.ac.id/121/3/UMMU%20SHOLIAH_STRATEGI%20PENGEMBANGAN%20PASAR%20TRADISIONAL%20DALAM%20MENINGKATKAN%20KEPUASAN%20PEDAGANG%20\(Studi%20kasus%20di%20Pasar%20Kiwon%20Karanglewas,%20Banyumas,%20Jawa%20Tengah\).pdf](http://www.repository.iainpurwokerto.ac.id/121/3/UMMU%20SHOLIAH_STRATEGI%20PENGEMBANGAN%20PASAR%20TRADISIONAL%20DALAM%20MENINGKATKAN%20KEPUASAN%20PEDAGANG%20(Studi%20kasus%20di%20Pasar%20Kiwon%20Karanglewas,%20Banyumas,%20Jawa%20Tengah).pdf)
- www.repository.fisip-untirta.ac.id/32/1/SKRIPSI_DEDE_JULIADI_6661072642.pdf
- Surya Pos, “*Pengertian Ekonomi Islam*”, Artikel yang diakses dari <http://www.suryapost.com/2010/12/pengertian-ekonomi-islam.html>.
- <http://md-uin.blogspot.com/2009/07/pengertian-ekonomi-islam.html>.
- <http://yosiabdiantindaon.blogspot.com/2012/11/pengertian-pengaruh.html?m=1>.
- <http://md-uin.blogspot.com/2009/07/pengertian-ekonomi-islam.html>.



LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR WAWANCARA

Nama : Syafruddin
NIM : 13.2200.105
Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam/ Muamalah
Judul Skripsi : Strategi Pengelolaan Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung

PERTANYAAN

A. Pertanyaan kepada pihak pengelola/pemerintah:

1. Apakah latar belakang dalam perbaikan infrastruktur pasar senggol ?
2. Langkah-langkah/ strategi-strategi apa yang dilakukan oleh pengelola dalam perbaikan infrastruktur ?
3. Siapa saja pihak yang berperan dalam perbaikan infrastruktur pasar senggol ?
4. Bagaimana perbandingan pengunjung sebelum dan setelah perbaikan infrastruktur pasar senggol ?
5. Bagaimana bentuk program pelayanan administrasi perkantoran yang ada di pasar senggol?
6. Bagaimana pemeliharaan Sarana Prasarana kebersihan pasar senggol yang dilakukan oleh pengelola?
7. Bagaimana bentuk pengelolaan ketertiban dan keamanan di pasar senggol?
8. Bagaimana pengoptimalisasian pemanfaatan lahan di pasar senggol?
9. Bagaimana bentuk pengelolaan retribusi yang ada di pasar senggol?

10. Bagaimana cara pengembangan pasar senggol oleh pengelola dalam bentuk pengembangan pasar dan komunitas?
11. Bagaimana cara pengembangan pasar senggol oleh pengelola dalam bentuk pengembangan dan pembuatan media promosi pasar?

B. Pertanyaan kepada pengunjung:

1. Bagaimana pendapat pengunjung mengenai perbaikan infrastruktur di pasar senggol ?
2. Apakah setelah adanya perbaikan di pasar senggol masyarakat lebih nyaman berbelanja ?
3. Seberapa besar perbedaan kenyamanan yang dirasakan pengunjung sebelum dan sesudah adanya perbaikan infrastruktur ?
4. Apakah dengan adanya perbaikan infrastruktur, minat pengunjung lebih tinggi untuk berbelanja di pasar senggol ?
5. Selain dengan adanya perbaikan infrastruktur, hal apa yang menyebabkan anda senang berbelanja di pasar senggol?
6. Apakah pengalaman berbelanja di pasar senggol mempengaruhi minat pengunjung baik sebelum ataupun setelah adanya perbaikan infrastruktur ?
7. Apakah status pekerjaan yang ditekuni oleh pengunjung mempengaruhi minat berbelanja di pasar senggol?
8. Apakah jenis produk yang ditawarkan di pasar senggol mempengaruhi minat berbelanja?
9. Apakah minat berbelanja di pasar senggol dipengaruhi oleh pelayanan yang dilakukan oleh penjual saat berbelanja?

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

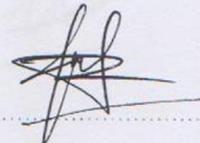
Nama : *Yuliani*
Tempat/tanggal lahir : *30, Juni 1990*
Agama : *Islam*
Pekerjaan : *URT*

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Syafruddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung”.

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, *05, Juli, 2017*

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

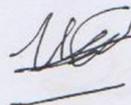
Nama : IMANA
Tempat/tanggal lahir : Parepare, 03 Agustus 1961
Agama : Islam
Pekerjaan : UPT

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada ~~nama~~ Syafruddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi ~~pengelola~~ Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan ~~dimana~~ mestinya.

Parepare, 05 Jul. 2017

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

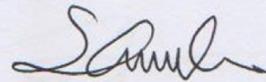
Nama : SYAHRUL RAMADHAN
Tempat/tanggal lahir : 15 FEBRUARI 1995
Agama : ISLAM
Pekerjaan : MAHASISWA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada ~~nama~~ Syafruddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi ~~Pengelola~~ Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan ~~sebagaimana~~ mestinya.

Parepare, 5 - 7 - 2017

Yang diwawancarai



SYAHRUL RAMADHAN

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

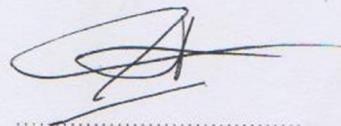
Nama : ABDILLAH F
Tempat/tanggal lahir : Samarinda, 02 Oktober, 1996
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada ~~Andara~~ Syafruddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi ~~Pengelola~~ Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan ~~sebagaimana~~ mestinya.

Parepare, s. Juli 2017

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

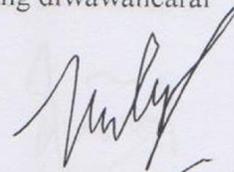
Nama : M. Dzacky Bahur
Tempat/tanggal lahir : 9 Januari 2003
Agama : Islam
Pekerjaan : Pelajar SIMN 10

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Syafruddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 05.07.2017

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

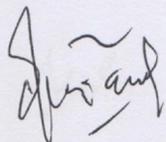
Nama : SURIAWI
Tempat/tanggal lahir : Parepare 3 - 3 - 1983
Agama : Islam
Pekerjaan : UPT

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada ~~nama~~ Syafruddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi ~~pengelola~~ Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan ~~sesuai~~ sebagaimana mestinya.

Parepare, 05.07.2017

Yang diwawancarai


.....

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

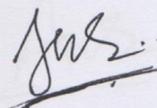
Nama : Jeri. L.
Tempat/tanggal lahir : Parepare. 27 Januari 1999
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada ~~nama~~ Syafuruddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi ~~Manajemen~~ Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan ~~sebagaimana~~ mestinya.

Parepare, 05-07-17

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

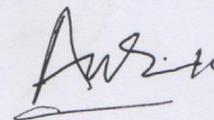
Nama : ARRIANSYAH .
Tempat/tanggal lahir : Sidrap . 05 . Mei 1992
Agama : Islam
Pekerjaan : WIRASWASTA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada Andara Syafruddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 05.07.17

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

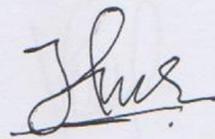
Nama : HERMAN
Tempat/tanggal lahir : BARU. 25. Juni 1968
Agama : ISLAM
Pekerjaan : WIRASWASTA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Syafuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 05.06.17

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Vely Febriana
Tempat/tanggal lahir : ParePare, 4 Maret 2000
Agama : Islam
Pekerjaan : Pelajar

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada ~~nama~~ Syafruddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi ~~Manajemen~~ Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan ~~sesuai~~ sebagaimana mestinya.

Parepare, 5 Juli 2017

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini:

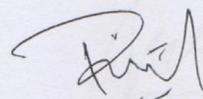
Nama : HJ. ROSMIANI
Tempat/tanggal lahir : KALOSI, 20-09-1966
Agama : ISLAM
Pekerjaan : WIRASWASTA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada **Syafruddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelolaan Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 05-07-2017

Yang diwawancarai


HJ. ROSMIANI

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

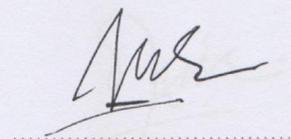
Nama : Darma Yanti, I.
Tempat/tanggal lahir : Enrekang 21. Juni 1983
Agama : Islam
Pekerjaan : Karyawan Mario Hotel

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada ~~nama~~ Syafruddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi ~~Pengelolaan~~ Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan ~~sesuai~~ sebagaimana mestinya.

Parepare, 08 Juli 2017

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

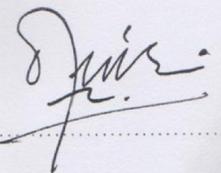
Nama : Sulaiman
Tempat/tanggal lahir : Parepare, 12 Agustus 1980
Agama : Islam
Pekerjaan : Guru

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada
saudara Saifuddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi
Pengelolaan Pasar Senggal Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan
sebagaimana mestinya.

Parepare, 08 Juli 2017

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ayu Lestari
Tempat/tanggal lahir : Parepare, 12-10-1996
Agama : Islam
Pekerjaan : Wiraswasta

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada ~~nama~~ Syafruddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi ~~Pengelola~~ Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan ~~sebagaimana~~ mestinya.



Parepare,.....

Yang diwawancarai



.....

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

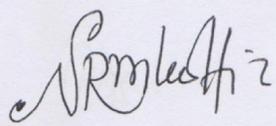
Nama : NURMIATI LAOCA
Tempat/tanggal lahir : SIDRAP, 12 AGUSTUS 1978
Agama : ISLAM
Pekerjaan : WIRASWASTA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada ~~Andara~~ **Syafruddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi ~~Pengelola~~ Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan ~~sebagaimana~~ mestinya.

Parepare, 05-07-2017

Yang diwawancarai


NURMIATI LAOCA

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Eka Sri Annisa J
Tempat tanggal lahir : Lampung, 27 Nov 1994
Agama : Islam
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Menyatakan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada
Syarifuddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi
Pemasaran Pasar Senggal Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan
sebagaimana mestinya.

Parepare, 5 Juli 2017

Yang diwawancarai



Eka Sri Annisa J

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama *MATHE.*
Tempat/tanggal lahir *PAREPARE 23-10-1968*
Agama *ISLAM.*
Pekerjaan *R. PASAR. SENGGOL*

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Syaïruddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, *15 Juli 2017*

Yang diwawancarai

[Signature]

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: DNI SRI ALFIRA
Tempat/tanggal lahir	: BIAK, 8 AGUSTUS 2000
Agama	: ISLAM
Pekerjaan	: Pelayar

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada ~~Andara~~ **Syafruddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi ~~Pengelola~~ Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan ~~sebagaimana~~ mestinya.

Parepare, 5 Juli 2017.

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

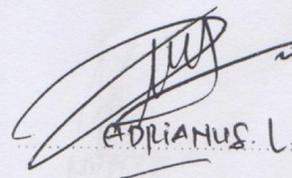
Nama : ADRIANUS . L.
Tempat/tanggal lahir : PARE - PARE, 29 - AGUSTUS - 1990
Agama : KRISTEN
Pekerjaan : SWASTA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Syafruddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 05. Juli . 2017

Yang diwawancarai


ADRIANUS . L.

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

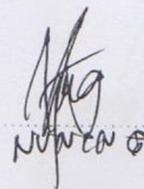
Nama : NUNING
Tempat/tanggal lahir : PAREPARE 21.02.1991
Agama : KRISTEN PROTESTAN
Pekerjaan : KARYAWAN HOTEL

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Syafruddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 05. Juni 2017

Yang diwawancarai


Nuning

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : ANTHY
Tempat/tanggal lahir : PAREPARE 02 JANUARI 1995
Agama : ISLAM
Pekerjaan : PELAJAR

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Syafruddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 02-07-2017

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

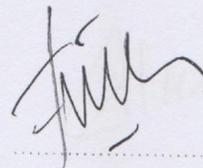
Nama : FARIDA
Tempat/tanggal lahir : PAREPARE 03-09-1980
Agama : ISLAM
Pekerjaan : WIRASWASTA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Syafruddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 05.11.2017

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

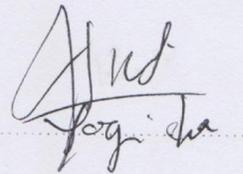
Nama : Jogi Saecakra W.
Tempat/tanggal lahir : Makassar, 6 Desember 96
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Syafruddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelolaan Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 5 Juli 2017

Yang diwawancarai


.....
Jogi Saecakra W.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

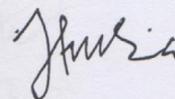
Nama : Nurul Amelia
Tempat/tanggal lahir : Sidrap. 25 Juni 1995
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Syafuruddin yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 08 Juli 2017

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : HARTINI
Tempat/tanggal lahir : PAREPARE 01-01-1971
Agama : ISLAM
Pekerjaan : WIRASWASTA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Syafruddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 05-07-2017

Yang diwawancarai


HARTINI

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

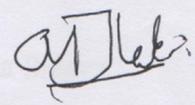
Nama : NAJEMIAH
Tempat/tanggal lahir : SIDRAP, 10-04-1975
Agama : ISLAM
Pekerjaan : WIRASWASTA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Syafruddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengelola Pasar Senggol Parepare dalam Peningkatan Minat Pengunjung".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 05-07-2017

Yang diwawancarai



NAJEMIAH



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE

Alamat : JL. Amal Bhakti No. 08 Soreang Kota Parepare ☎ (0421)21307 📠 (0421) 24404
Website : www.stainparepare.ac.id Email: email.stainparepare.ac.id

or : B-1411 /Sti.08/PP.00.9/05/2017

piran : -

: Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.

Kepala Daerah KOTA PAREPARE

Cq. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah

di

KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE :

Nama : SYAFRUDDIN
Tempat/Tgl. Lahir : BARRU, 16 Juli 1994
NIM : 13.2200.105
Jurusan / Program Studi : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Muamalah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : JL. JENDRAL AHMAD YANI KM1, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KOTA PAREPARE** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

**"STRATEGI PENGELOLAAN PASAR SENGGOL PAREPARE DALAM
PENINGKATAN MINAT PENGUNJUNG (ANALISIS EKONOMI ISLAM)"**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Mei sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

29 Mei 2017

A.n Ketua

Wakil Ketua Bidang Akademik dan
Pengembangan Lembaga (APL)



Muh. Djunaidi



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jln. Jend. Sudirman Nomor 76, Telp. (0421) 25250, Fax (0421)26111, Kode Pos 91122
Email : bappeda@pareparekota.go.id; Website : www.bappeda.pareparekota.go.id

PAREPARE

Parepare, 30 Mei 2017

Nomor : 050 / 685 / Bappeda
Tempiran : --
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada
Yth. Kepala Dinas Perdagangan Kota Parepare
Di -

Parepare

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 298/17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Surat Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) STAIN Parepare, Nomor : B 1411/Sti.08/PP.00.9/05/2017 tanggal 29 Mei 2017 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka pada prinsipnya Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kota Parepare) dapat memberikan **Izin Penelitian** kepada :

N a m a : SYAFRUDDIN
Tempat/Tgl. Lahir : Barru/16 Juli 1994
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Mahasiswa
A l a m a t : Jl. Jend. Ahmad Yani Km.3 Parepare

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :
"STRATEGI PENGELOLAAN PASAR SENGGOL PAREPARE DALAM PENINGKATAN MINAT
PENGUNJUNG (ANALISIS EKONOMI ISLAM)"

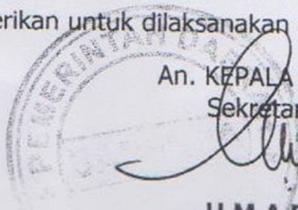
Selama : Tmt. 30 Mei s.d. 30 Juli 2017
Pengikut/Peserta : Tidak Ada

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan Data/Penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan Ilmiah.
3. Mentaati ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasilnya kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare)
5. Menyerahkan 1 (satu) berkas Foto Copy hasil "**Penelitian**" kepada Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare).
6. Kepada Instansi yang dihubungi mohon memberikan bantuan.
7. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.

An. KEPALA BAPPEDA
Sekretaris,



ILMARS Pd, M Pd



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PERDAGANGAN
UPTD PENGELOLAAN PASAR

Jl. Lasinrang No.
KOTA PAREPARE

Kode Pos 91133

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 08 / UPTD-PSR / 7 / 2017

Yang bertanda tangan dibawah ini, Kepala UPTD Pengelola Pasar Kota Parepare menerangkan bahwa :

Nama : SYAFRUDDIN
Tempat/Tgl Lahir : BARRU, 16 JULI 1994
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : MAHASISWA STAIN KOTA PAREPARE
Alamat : BANGA – BANGAE KABUPATEN BARRU

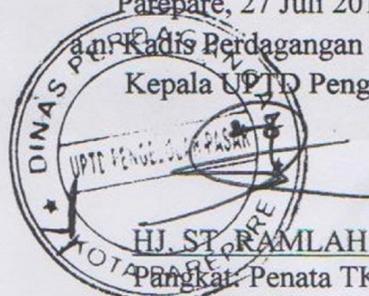
Benar adalah Mahasiswa yang telah melakukan penelitian di Kantor UPTD Pengelola Pasar Kota Parepare untuk mendukung penyelesaian skripsi yang berjudul :

**Strategi Pengelolaan Pasar Senggol Parepare Dalam Peningkatan Minat Pengunjung
(Analisis Ekonomi Islam)**

Penelitian yang dilakukan berlangsung selama 2 bulan (Terhitung mulai tanggal 30 Mei s/d Juli 2017). Demikian surat keterangan ini diberikan kepadanya untuk menjadi acuan dan bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Parepare, 27 Juli 2017

Kadis Perdagangan
Kepala UPTD Peng. Pasar,



HJ. ST. RAMLAH RAHIM. S.Pd. M.Si
Pangkat: Penata TK.I/ III d
Nip.19660502 198603 2







RIWAYAT HIDUP



Syafruddin, lahir di Barru pada tanggal 16 Juli 1994, merupakan anak ke-1 dari 3 bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Muslimin dan Ibu Imana. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis bealamat di Jalan Jend. Ahmad Yani KM.1, Parepare, Sulawesi Selatan.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2007 lulus dari SD Inpres Banga-bangae. Kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 3 Tanete Riaja dan lulus pada tahun 2010. Lanjut ke SMA Negeri 4 Parepare, dan lulus pada tahun 2013. Setelah itu, penulis kuliah di STAIN Parepare jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Muamalah. Pada semester akhir yaitu 2017, penulis telah menyelesaikan skripsinya yang berjudul ***Pengaruh Perubahan Infrastruktur Pasar Senggol Parepare Terhadap Peningkatan Minat Pengunjung (Analisis Ekonomi Islam)***.

Email : syafruddinsafar01@gmail.com