

SKRIPSI

**STRATEGI ADAPTASI PEDAGANG DAN DAMPAKNYA
TERHADAP PENDAPATAN PASCA RELOKASI DI PASAR
SENTRAL LAKESSI KOTA PAREPARE
(TINJAUAN EKONOMI SYARIAH)**



OLEH

RAHKMADI

NIM: 2220203860202004

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2026

**STRATEGI ADAPTASI PEDAGANG DAN DAMPAKNYA
TERHADAP PENDAPATAN PASCA RELOKASI DI PASAR
SENTRAL LAKESSI KOTA PAREPARE
(TINJAUAN EKONOMI SYARIAH)**



OLEH

RAHKMADI

NIM: 2220203860202004

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2026

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)

Nama Mahasiswa : Rahkmadi

Nomor Induk Mahasiswa : 2220203860202004

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B-1135/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Ida Ilmiah Mursidin, M.Ag.

(..........)

NIP : 19920626 2020 12 2 026

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I.
NIP. 12781101 2009 12 1 003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)

Nama Mahasiswa : Rahkmadi

Nomor Induk Mahasiswa : 2220203860202004

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B-1135/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2025

Tanggal Kelulusan : 16 Juli 2026

Disahkan oleh Komisi Penguji

Ida Ilmiah Mursidin, M.Ag.	(Ketua)	(.....)
Rusnaena, M.Ag.	(Anggota)	(.....)
Ikhsan Gasali, M.Si.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I
NIP. 19781101 2009 12 1 003

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ
أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Bapak Rahmat dan Ibu Mahariah selaku ayahanda dan ibunda tercinta dimana dengan pembinaan, pengarahan, kasih sayang dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ibu Ida Ilmiah Mursidin, M.Ag. selaku pembimbing, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd. sebagai rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola dan mengembangkan pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

3. Ibu Umaima, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan arahan dan pelayanan akademik kepada penulis selama menempuh pendidikan di IAIN Parepare.
4. Ibu Rusnaena, M.Ag. selaku Dosen Penguji I dan Bapak Ikhsan Gasali, M.Si. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lebih baik.
5. Bapak dan Ibu dosen Ekonomi Syariah serta seluruh staf pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, arahan, serta pelayanan kepada penulis selama menempuh pendidikan di IAIN Parepare.
6. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf dan karyawan yang telah memberikan pelayanan dan fasilitas kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare terutama dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini.
7. Kepala Dinas Perdagangan beserta seluruh staf dan karyawan yang telah memberikan izin dan membantu penulis selama pelaksanaan penelitian.
8. Kepala Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare dan seluruh staf dan karyawan yang telah menerima dan membantu penulis selama melaksanakan penelitian.
9. Para pedagang Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi informan dalam penulisan skripsi ini.
10. Saudara-saudara penulis, yaitu Randi Rahmat, Julia Rahmat, dan Marsya Rahmat, yang senantiasa memberikan doa, semangat, motivasi, dan dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini.
11. Sahabat seperjuangan, Andini Ramadhanti Anis, Siti Zahra Malik Ibrahim, Pitri, Fitri Buhari, Vicky Gio Faldy, Cica Alya Ramadhani, yang telah memberikan

semangat, bantuan dan dukungan kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.

12. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Dongi, Kec. Pitu Riawa, Kab. Sidenreng Rappang, yaitu Andi Amelia Pratiwi, Nur Qhalbi Syahrani, Muhammad Yusuf, Arzety Salsabila, A. Rifqah, Muhammad Arafah, Muhammad Andika, Yusriadi, Nurdiana Kartika, Nurhikma, Mustika Muchtar, Zilfia Nadin, Muhammad Kholis, dan Muh. Alif Dwi Putra.
13. Seluruh teman-teman mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya program studi Ekonomi Syariah angkatan 2022 yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga segala bantuan, doa, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis mendapat balasan pahala dari Allah Swt.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Parepare, 22 Juni 2026
6 Muharram 1448 H

Penulis,



Rahkmadi
NIM: 2220203860202004

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Rahkmadi
NIM : 2220203860202004
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 01 Januari 2004
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap
Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota
Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 22 Juni 2026
6 Muharram 1448 H

Penulis,



Rahkmadi
NIM: 2220203860202004

ABSTRAK

Rahkmadi. *Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)* (dibimbing oleh Ibu Ida Ilmiah Mursidin).

Relokasi pedagang dari area luar ke dalam Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare menyebabkan perubahan kondisi usaha, seperti berkurangnya jumlah pembeli dan menurunnya pendapatan pada awal relokasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi adaptasi yang dilakukan pedagang pasca relokasi, mengkaji dampak strategi adaptasi terhadap kondisi pendapatan pedagang, serta menganalisis strategi adaptasi dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang ditinjau dari perspektif ekonomi syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap sepuluh orang informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi adaptasi yang dilakukan pedagang pasca relokasi meliputi adaptasi perilaku melalui peningkatan pelayanan kepada pembeli, adaptasi siasat melalui penyesuaian harga, menjaga kualitas barang dagangan, promosi, serta strategi usaha lainnya, dan adaptasi proses melalui penyesuaian diri secara bertahap terhadap kondisi usaha di lokasi yang baru; (2) strategi adaptasi memberikan dampak terhadap pendapatan pedagang pasca relokasi dan berperan dalam membantu pedagang mempertahankan keberlangsungan usaha, namun bukan merupakan faktor yang secara langsung meningkatkan pendapatan; (3) ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, upaya pedagang dalam mempertahankan dan memulihkan pendapatan dilakukan melalui penerapan prinsip *shiddiq*, *'adl*, *al-amanah*, dan *mashlahah*. Penerapan prinsip-prinsip tersebut menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan tidak hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada perolehan rezeki yang halal dan berkah, menjaga harta (*hifz al-mal*) melalui usaha yang jujur dan bertanggung jawab, serta mewujudkan kesejahteraan dunia dan akhirat (*falah*) sesuai dengan tujuan ekonomi syariah.

Kata Kunci : Strategi Adaptasi, Pendapatan Pedagang, Relokasi, Ekonomi Syariah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Tinjauan Penelitian Relevan	11
B. Landasan Teoritis.....	17
1. Teori Adaptasi.....	17
2. Teori Pendapatan.....	25
3. Teori Ekonomi Syariah	32

C. Kerangka Konseptual	43
D. Kerangka Pikir	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	49
C. Fokus Penelitian.....	49
D. Jenis dan Sumber Data	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	51
F. Teknik Pengelolaan Data	53
G. Uji Keabsahan Data.....	54
H. Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Hasil Penelitian	57
1. Strategi Adaptasi Pedagang Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare	57
2. Dampak Strategi Adaptasi terhadap Pendapatan Pedagang Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare.....	81
3. Strategi Adaptasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah.....	93
B. Pembahasan Hasil Penelitian	107
1. Strategi Adaptasi Pedagang Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare	107

2. Dampak Strategi Adaptasi terhadap Pendapatan Pedagang Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare.....	115
3. Strategi Adaptasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah.....	118
BAB V PENUTUP.....	132
A. Kesimpulan	132
B. Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN.....	140
DOKUMENTASI	160
BIODATA PENULIS	164

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.1	Kondisi Pendapatan Pedagang Sebelum Relokasi, Awal Relokasi, dan Setelah Melakukan Strategi Adaptasi	81



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	47



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lamp.	Judul Lampiran	Halaman
1.	Surat Keterangan Penetapan Pembimbing Skripsi	141
2.	Surat Izin Pelaksanaan Penelitian dari IAIN Parepare	142
3.	Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu	143
4.	Surat Selesai Meneliti dari UPTD Pengelolaan Pasar Lakessi Kota Parepare	144
5.	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	145
6.	Pedoman Wawancara	146
7.	Surat Keterangan Wawancara	150
8.	Dokumentasi	160
9.	Biografi Penulis	164

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Huruf Arab	Nama	huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau menoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَي	fathah dan ya	Ai	a dan i
اَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : h}aula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ / يَ	fathah dan alif atau ya	a>	a dan garis di atas
يِ	kasrah dan ya	i>	i dan garis di atas
وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : Ma>ta

رَمَى : Rama>

قِيلَ : Qīla

يَمُوتُ : Yamūtu

4. Ta marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata tersebut terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

الأَطْفَالِ رَوْضَةٌ : Raudah al-aṭfāl
 الْفَاضِلَةُ الْمَدِينَةُ : Al-madīnah al-fāḍilah
 الْحِكْمَةُ : Al-hikmah

5. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh :

رَبَّنَا Rabbana>
 نَجَّيْنَا Najjaina>
 الْحَقُّ Al-Ḥaqq

الْحَجُّ	<i>Al-hajj</i>
نُعِمَ	<i>Nu‘‘ima</i>
عَدُوٌّ	<i>‘Aduwwn</i>

Jika huruf ى ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah maka ia ditransliterasikan sebagai huruf *maddah* (i).

Contoh :

عَرَبِيٌّ	‘arabi (bukan ‘arabiyy atau ‘araby)
عَلِيٌّ	‘ali (bukan ‘alyy atau ‘aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma’arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contohnya :

الشَّمْسُ : Al-Syamsu (bukan asy-syamsu)

الزَّلْزَلَةُ : Al-Zalzalāh (bukan az-zalzalāh)

الْفَلَسَفَةُ : Al-Falsafah

الْبِلَادُ : Al-Bilād>dua

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh :

تَأْمُرُونَ : Ta'murūna

النَّوْءُ : An-Nau'

شَيْءٌ : Syai'un

أُمِرْتُ : Umirtu

8. Penulisan Kata Bahasa Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam Bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'an*), *sunnah*, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh :

Fi> z}ila>l al-qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-ibara>t bi 'umum al-lafz} la> bi khusus al-sabab

9. Lafz al- Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh

اللهِ Dīnullāh بِاللّٰهِ Bi>lla>h

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh :

اللهِ رَحْمَةً فِيْ هُمْ Hum fi rahmatillah

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-).

Contoh:

Wa ma> muhammadun illa> rasu>l

Inna awwala baitin wudi' alinna>si lalladhi> bi Bakkata muba>rakan

Syahru ramadan al-ladh>i unzila fih al-Qur'an

Nazir al-Din al-Tusi>

Abu> Nasr al- Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu> al-Walid Muhammad Ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu> al-Wali>d Muhammad (bukan : Rusyd, Abu> al-Walid Muhammad Ibnu)

Nas}r Hamid Abu> Zaid, ditulis menjadi: Abu> Zaid, Nas}r Hami>d (bukan: Zaid, Nas}r Hami>d Abu>)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah :

- | | |
|---------------|--|
| a. Swt. | = <i>subhanahu wa ta'ala</i> |
| b. Saw. | = <i>sallallahu 'alaihi wasallam</i> |
| c. a.s. | = <i>'alaihi al-sallam</i> |
| d. r.a | = <i>radiallahu 'anhu</i> |
| e. QS.../...4 | = QS. Al-Baqarah/2:4 atau QS. Al-Imran/3:4 |
| f. HR | = Hadis Riwayat |

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دو	=	مكان ب دون
صهع	=	وسلم عليه صل الله
ط	=	طبعة
دن	=	ب دون ناشر
الخ	=	إله آخره/له آخرها
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawankawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas perdagangan merupakan salah satu sektor fundamental dalam perekonomian masyarakat karena menjadi sumber penghasilan utama bagi pelaku usaha kecil dan menengah, khususnya pedagang pasar tradisional. Dalam perspektif ekonomi syariah, aktivitas perdagangan tidak hanya dipandang sebagai upaya memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai sarana untuk mewujudkan nilai keadilan, kejujuran, dan keberkahan dalam kehidupan ekonomi. Oleh karena itu, keberadaan pasar tradisional memiliki peran strategis tidak hanya dalam aspek ekonomi, tetapi juga dalam menjaga nilai-nilai sosial dan etika dalam aktivitas perdagangan.¹ Pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial dan distribusi ekonomi yang berperan penting dalam menjaga stabilitas ekonomi masyarakat lokal. Keberadaan pasar menjadi indikator dinamika ekonomi suatu daerah karena aktivitas di dalamnya mencerminkan tingkat produksi, distribusi, serta daya beli masyarakat.²

Kota Parepare merupakan salah satu daerah yang memiliki aktivitas perdagangan cukup berkembang di Sulawesi Selatan.³ Kota ini memiliki luas wilayah sekitar 99,33 km², yang tergolong lebih kecil dibandingkan dengan wilayah Pinrang

¹ Anggun Citra Abadi, Zuul Fitriani Umari, and Zulfikri Zulfikri, "Penerapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Lama Baturaja, Kabupaten Ogan Komering Ulu," *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 5, no. 2 (2025): 24, <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i2.5927>.

² Risky Anisa, *Revitalisasi Pasar Tradisional Pekalongan Dan Dampaknya Pada Pendapatan Para Pedagang* (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: IAIN Metro, 2022), 1.

³ Awaluddin Qadir, *Ekonomi Parepare Mulai Membaik, Perdagangan Dan Jasa Jadi Penopang Utama*, 11 September, 2025, <https://share.google/ByDh3Hoz4217mN1QY>.

dan Barru, dengan jumlah penduduk sebanyak 163.314 jiwa yang terdiri atas 81.252 jiwa laki-laki dan 82.062 jiwa perempuan.⁴ Posisi geografisnya yang strategis sebagai kota jasa dan perdagangan menjadikan aktivitas ekonomi masyarakat bertumpu pada sektor perdagangan, khususnya perdagangan pasar tradisional. Dalam rangka mendukung aktivitas tersebut, pemerintah daerah telah membangun dan mengelola berbagai pasar sebagai sarana distribusi barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus menyediakan ruang usaha bagi pedagang kecil.

Salah satu pusat perdagangan utama di kota tersebut adalah Pasar Sentral Lakessi yang telah berdiri lebih dari 75 tahun dan menjadi ikon perdagangan masyarakat setempat. Pasar ini dibangun di atas lahan seluas 16.000 m² dengan luas bangunan mencapai 25.000 m², terdiri atas tiga lantai. Pasar Sentral Lakessi sendiri sudah mengalami berbagai upaya pembangunan dan revitalisasi sejak tahun 2010 hingga saat ini. Revitalisasi pasar yang awalnya meminjam dana dari Bank Dunia kini memanfaatkan dana yang berasal dari Dana Insentif Daerah (DID) sebesar Rp3 Miliar.⁵

Pasar ini mampu memenuhi berbagai kebutuhan harian masyarakat dan menjadi pusat aktivitas ekonomi yang penting. Pasar ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi kebutuhan pokok, tetapi juga menjadi sumber penghidupan bagi ratusan pedagang. Keberadaan pasar tersebut memiliki peranan penting dalam menopang perekonomian masyarakat, terutama bagi pelaku usaha mikro yang

⁴ Dian Ernawaty, *Kota Parepare Dalam Angka 2025* (Parepare: BPS Kota Parepare, 2025), 45, <https://share.google/2L5sygeuCSf6vQd5e>.

⁵ Nurul Qisti Al Ihfa, *Minat Pedagang Menggunakan Kios Pasca Revitalisasi Pasar Lakessi Kota Parepare (Analisis Masalah)* (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: IAIN Parepare, 2025), 3.

menggantungkan penghasilan harian dari aktivitas berdagang.⁶ Lokasinya yang strategis di kawasan pesisir menjadikan aktivitas perdagangan di pasar ini semakin berkembang. Namun, seiring meningkatnya jumlah pedagang dan intensitas aktivitas perdagangan, muncul berbagai permasalahan penataan seperti ketidakteraturan lapak, penggunaan area jalan sebagai tempat berjualan, serta persoalan kebersihan dan kenyamanan lingkungan pasar. Kondisi tersebut mendorong Pemerintah Kota Parepare melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) untuk melakukan kebijakan penataan melalui program relokasi pedagang ke area yang telah disediakan di dalam pasar. Kebijakan relokasi pada dasarnya bertujuan menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih tertib, aman, dan nyaman, sekaligus meningkatkan kualitas fasilitas berdagang bagi pedagang.⁷

Relokasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti pemindahan tempat.⁸ Relokasi dalam konteks ekonomi dapat dipahami sebagai proses pemindahan lokasi aktivitas usaha dari satu tempat ke tempat lain akibat kebijakan pemerintah, penataan kawasan, atau perubahan fungsi ruang.⁹ Dalam penelitian ini, relokasi pedagang dimaksudkan sebagai pemindahan tempat berjualan dari area luar menuju ke dalam pasar yang telah disediakan pemerintah sebagai bagian dari upaya penataan lingkungan pasar agar lebih tertib dan terorganisasi.

Pada Oktober 2025, Pemerintah Kota Parepare melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) melakukan penertiban terhadap pedagang yang

⁶ Besse Faradiba, "Marketing Strategy At Lakessi Market in Parepare, South Sulawesi During the Covid 19 Pandemic," *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 15, no. 2 (2021): 160.

⁷ Muhammad Arsyad, *Pemerintah Parepare Tegaskan Relokasi Pasar Lakessi Demi Pasar Yang Tertib Dan Nyaman*, 7 November, 2025, <https://parepare.terkini.id>.

⁸ Definisi Relokasi, KBBI Online, diakses pada tanggal 27 Desember 2024, <https://kbbi.web.id/relokasi>

⁹ Selvi Rosharyati, Muhammad Iqbal, and Aditya Pratama, "Analisis Dampak Relokasi Pasar Rakyat Pasir Putih Dari Pasar Kito Kota Jambi Menurut Perspektif Ekonomi Islam," *Bertuah Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam* 5, no. 2 (2024): 134.

berjualan di sepanjang badan jalan dan area parkir atau area belakang Pasar Sentral Lakessi. Kadis Perdagangan Bapak Andi Wisnah mengungkapkan bahwa sekitar 300 pedagang yang berjualan di luar area pasar direlokasi untuk masuk ke dalam area pasar yang telah disediakan tanpa dikenakan biaya sewa, dan penempatan lapak dilakukan melalui mekanisme pengundian.¹⁰ Kebijakan ini umumnya bertujuan untuk memperbaiki tata kota, mengurangi kemacetan, menjaga kebersihan lingkungan, serta menciptakan sistem perdagangan yang lebih terorganisasi. Secara konseptual, relokasi diharapkan mampu meningkatkan kualitas lingkungan pasar sekaligus memberikan ruang usaha yang lebih layak bagi pedagang.

Namun demikian, kebijakan tersebut tidak sepenuhnya memberikan dampak positif, bahkan menimbulkan permasalahan baru bagi pedagang. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa para pedagang telah menempati lokasi berdagang yang telah ditetapkan oleh pemerintah pasca relokasi. Meskipun perpindahan tersebut masih berada dalam satu kawasan pasar yang sama, perubahan posisi berdagang dari luar area pasar ke dalam area pasar menimbulkan perubahan kondisi usaha yang cukup dirasakan oleh sebagian pedagang. Salah satu perubahan yang paling menonjol adalah berkurangnya jumlah pelanggan, khususnya pelanggan tetap yang sebelumnya menjadi sumber pendapatan rutin bagi pedagang. Perpindahan lokasi berdagang ini menyebabkan pola interaksi jual beli yang sebelumnya telah terbangun menjadi terputus, sehingga pedagang menghadapi tantangan baru dalam mempertahankan serta menarik kembali konsumen.¹¹

¹⁰ Alfa, *Wali Kota Parepare Tinjau Penataan Pasar Lakessi, Tampung Aspirasi Pedagang Terdampak Relokasi*, 4 November, 2025, <https://www.sulselsatu.com>.

¹¹ Observasi awal di Pasar Sentral Lakessi pada tanggal 30 Oktober 2025.

Perubahan kondisi usaha tersebut turut berimplikasi pada aspek ekonomi pedagang, khususnya yang berkaitan dengan pendapatan. Berkurangnya jumlah pelanggan akibat perubahan lokasi berdagang dapat memengaruhi tingkat penjualan yang diperoleh pedagang dalam aktivitas sehari-hari. Dalam konteks perdagangan, pendapatan sangat ditentukan oleh volume penjualan, sehingga penurunan jumlah pembeli berpotensi berdampak pada perubahan pendapatan yang diterima pedagang.¹² Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara awal dengan salah satu pedagang yang terdampak relokasi yang secara konsisten mengungkapkan adanya penurunan pendapatan pasca relokasi. Pedagang tersebut menyatakan bahwa sebelum relokasi, pendapatan harian yang diperoleh berkisar antara Rp1.000.000 hingga Rp1.500.000, namun setelah relokasi mengalami penurunan menjadi sekitar Rp200.000 hingga Rp400.000 per hari.¹³ Penurunan tersebut tidak hanya disebabkan oleh berkurangnya jumlah pembeli, tetapi juga karena sulitnya membangun kembali basis pelanggan di lokasi baru. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan lokasi usaha memiliki implikasi ekonomi yang signifikan terhadap keberlangsungan usaha pedagang.

Selain itu, kondisi lapak di lokasi baru turut menjadi salah satu faktor yang memengaruhi aktivitas perdagangan. Beberapa pedagang menilai bahwa ukuran lapak yang lebih sempit dan terbatas, penataan yang kurang sesuai dengan jenis dagangan, posisi yang kurang strategis, serta penataan ruang yang kurang fleksibel menyebabkan keterbatasan dalam menampilkan barang dagangan. Hal ini berdampak pada menurunnya daya tarik visual serta keterbatasan ruang gerak bagi konsumen.¹⁴

¹² Maharta Firmantara Lete, "Pengaruh Modal Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Banyuasri," *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi* 2, no. 2 (2022): 2.

¹³ Wawancara awal dengan salah satu pedagang yang terdampak relokasi di Pasar Sentral Lakessi pada tanggal 31 Oktober 2025.

¹⁴ Observasi awal di Pasar Sentral Lakessi pada tanggal 30 Oktober 2025.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek fisik lapak memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumen yang pada akhirnya berimplikasi pada tingkat penjualan dan pendapatan pedagang. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eva Yuliyanti yang menyatakan bahwa relokasi pedagang berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Penurunan pendapatan terjadi karena lokasi pasar yang kurang strategis, sulit dijangkau oleh konsumen, serta kesulitan pedagang dalam memperoleh pelanggan baru.¹⁵ Penelitian serupa juga dikemukakan oleh Dinno Surya Indra yang menyimpulkan bahwa kebijakan relokasi yang dilakukan oleh pemerintah berdampak pada menurunnya tingkat pendapatan pedagang.¹⁶ Pedagang menilai bahwa perubahan posisi dan tata letak tersebut membuat mereka perlu menyesuaikan cara berdagang agar tetap dapat menarik perhatian konsumen di lokasi yang baru.

Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tujuan kebijakan pemerintah dengan realitas sosial ekonomi yang dihadapi para pedagang pasca relokasi. Kesenjangan tersebut menjadi persoalan penting untuk dikaji secara mendalam, terutama guna memahami bagaimana pedagang merespons perubahan lingkungan usaha setelah relokasi. Dalam kondisi ini, pedagang tidak hanya dituntut untuk bertahan, tetapi juga harus mampu menyesuaikan diri melalui berbagai strategi adaptasi sebagai respons terhadap perubahan lingkungan usaha. Strategi adaptasi pedagang dapat dipahami sebagai upaya penyesuaian yang dilakukan secara sadar

¹⁵ Eva Yuliyanti, *Pengaruh Relokasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Pada Pedagang Pasar Tradisional Modern 24 Tejo Agung)* (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: IAIN Metro, 2018).

¹⁶ Dinno Surya Indra, *Dampak Relokasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Berbasis Modern Kabupaten Kuantan Singingi Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam* (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020).

dan terencana oleh pelaku usaha untuk mempertahankan kelangsungan aktivitas ekonominya di tengah perubahan lingkungan berdagang.¹⁷ Penelitian yang juga dilakukan oleh Fitra Mardatillah dan Erda Fitriani menunjukkan bahwa pedagang pada umumnya melakukan berbagai bentuk penyesuaian dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha. Penyesuaian tersebut mencerminkan kemampuan pedagang dalam merespons perubahan, memanfaatkan peluang, serta mengatasi hambatan yang muncul dalam aktivitas usahanya. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi adaptasi memiliki peran penting dalam menentukan keberlangsungan usaha pedagang ketika dihadapkan pada perubahan kondisi berdagang.¹⁸ Melalui penerapan strategi adaptasi yang efektif, pedagang di Pasar Sentral Lakessi diharapkan mampu mempertahankan kestabilan pendapatan, memperoleh keuntungan yang layak, serta menjaga loyalitas pelanggan di tengah perubahan kondisi usaha.

Sejauh ini, sebagian besar penelitian terdahulu cenderung berfokus pada dampak relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang tanpa mengkaji secara mendalam bagaimana pedagang secara aktif merespons perubahan tersebut melalui strategi adaptasi yang mereka lakukan. Di sisi lain, kajian yang mengintegrasikan strategi adaptasi pedagang dengan perspektif ekonomi syariah masih relatif terbatas dan belum dikembangkan secara komprehensif. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*), karena belum terdapat penelitian yang secara utuh mengintegrasikan relokasi, strategi adaptasi pedagang pasca relokasi, dan analisis ekonomi syariah dalam satu kerangka kajian yang sistematis. Sehingga,

¹⁷ Nadila Farajane Alisya, “Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian Konvensional Dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha Di Pasar Tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)* 2, no. 2 (2022): 77.

¹⁸ Fitra Mardatillah, and Erda Fitriani, “Strategi Adaptasi Pedagang Di Pasar Penampungan Sementara Kota Pariaman,” *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan* 3, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.24036/perspektif.v3i1.226>.

penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dengan mengkaji hubungan antara strategi adaptasi pedagang dan dampaknya terhadap pendapatan, yang dianalisis secara komprehensif menggunakan tinjauan ekonomi syariah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengkaji secara lebih mendalam mengenai strategi adaptasi yang dilakukan pedagang pasca relokasi serta melihat bagaimana kaitannya dengan kondisi pendapatan yang mereka peroleh setelah terjadinya perubahan tersebut. Selain itu, dalam perspektif ekonomi syariah, aktivitas perdagangan tidak hanya dinilai dari aspek keuntungan semata, tetapi juga dari penerapan nilai-nilai Islam dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu, strategi adaptasi yang dilakukan pedagang tidak hanya dianalisis berdasarkan dampaknya terhadap pendapatan, tetapi juga berdasarkan penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam aktivitas perdagangan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk strategi adaptasi yang dilakukan oleh pedagang Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare dalam menghadapi perubahan kondisi usaha pasca relokasi?
2. Bagaimana dampak strategi adaptasi tersebut terhadap pendapatan pedagang pasca relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare?
3. Bagaimana strategi adaptasi dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang tersebut ditinjau dari perspektif ekonomi syariah?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis bentuk strategi adaptasi yang dilakukan pedagang dalam menghadapi perubahan kondisi usaha pasca relokasi.
2. Untuk mengkaji dampak strategi adaptasi tersebut terhadap pendapatan pedagang pasca relokasi.
4. Untuk menganalisis strategi adaptasi dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang tersebut ditinjau dari perspektif ekonomi syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah. Penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai strategi adaptasi pedagang dalam menghadapi perubahan kondisi usaha pasca relokasi, serta keterkaitannya dengan tingkat pendapatan yang diperoleh. Selain itu, penelitian ini juga memberikan perspektif baru dengan mengintegrasikan konsep adaptasi ekonomi dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, seperti kejujuran, keadilan, dan keberkahan dalam aktivitas perdagangan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji tema serupa, baik dalam konteks pasar tradisional, relokasi pedagang, maupun analisis berbasis ekonomi Islam.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi pedagang, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan mengenai pentingnya strategi adaptasi dalam mempertahankan keberlangsungan usaha dan memulihkan kondisi pendapatan pasca relokasi, serta mendorong penerapan nilai-nilai ekonomi syariah dalam aktivitas perdagangan. Bagi Pemerintah Daerah dan pengelola Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam pelaksanaan relokasi pedagang serta sebagai pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung keberlangsungan usaha pedagang. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmiah dalam kajian ekonomi syariah, khususnya mengenai strategi adaptasi pedagang pasca relokasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan strategi adaptasi pedagang, kondisi pendapatan, dan ekonomi syariah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian relevan merupakan deskripsi singkat tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di seputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian penelitian yang telah ada. Setelah menelaah beberapa penelitian, penulis menemukan beberapa karya yang meneliti tentang relokasi dan strategi adaptasi pedagang yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Afifah Dyan Nurlaili dengan judul “*Analisis Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Relokasi PKL Alun-Alun Purbalingga)*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan relokasi yang diterapkan pemerintah membawa dampak yang bersifat ambivalen bagi pedagang, yakni memberikan manfaat berupa peningkatan keteraturan lingkungan dan kenyamanan usaha, namun di sisi lain juga menimbulkan penurunan pendapatan bagi sebagian pedagang akibat perubahan lokasi dan berkurangnya jumlah konsumen. Dalam perspektif ekonomi Islam, kebijakan relokasi tersebut dinilai telah mengandung unsur kemaslahatan, meskipun pelaksanaannya belum sepenuhnya optimal sehingga belum mampu menjamin kesejahteraan ekonomi seluruh pedagang secara

merata.¹⁹ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada fokus kajian relokasi pedagang serta penggunaan perspektif ekonomi Islam/ekonomi syariah sebagai landasan analisis. Kedua penelitian sama-sama menempatkan relokasi sebagai faktor struktural yang memengaruhi aktivitas ekonomi pedagang. Namun demikian, terdapat perbedaan yang mendasar antara keduanya. Penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada analisis kebijakan relokasi yang dirumuskan dan diterapkan oleh pemerintah, sehingga pedagang lebih diposisikan sebagai pihak yang terdampak kebijakan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada strategi adaptasi pedagang pasca relokasi serta dampaknya terhadap pendapatan, dengan menempatkan pedagang sebagai aktor aktif yang merespons perubahan kondisi usaha.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Faturochman, Naufal Riandra Saputra, Raditian, dan Maya Panorama dengan judul *“Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional terhadap Persaingan dengan Pasar Modern di Kota Palembang”*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern menjadi tantangan serius bagi pedagang pasar tradisional karena memengaruhi pola konsumsi masyarakat dan menurunkan daya saing pedagang tradisional. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pedagang pasar tradisional melakukan berbagai strategi adaptasi untuk mempertahankan

¹⁹ Afifah Dyan Nurlaili, *Analisis Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Relokasi PKL Alun-Alun Purbalingga)* (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri, 2023).

keberlangsungan usahanya. Strategi adaptasi yang dilakukan meliputi pemanfaatan teknologi digital dalam skala terbatas, peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen, diversifikasi produk dagangan, serta upaya menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Selain itu, dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan dan pembinaan turut berperan dalam membantu pedagang meningkatkan kemampuan adaptasi di tengah persaingan dengan pasar modern.²⁰ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada fokus kajian mengenai strategi adaptasi pedagang pasar tradisional serta penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami realitas sosial dan ekonomi pedagang. Adapun perbedaannya, penelitian terdahulu lebih menekankan pada strategi adaptasi pedagang dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern dan proses digitalisasi, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti memfokuskan perhatian pada strategi adaptasi pedagang pasca relokasi pasar serta implikasinya terhadap kondisi pendapatan pedagang.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Slamet Rifai dengan judul *“Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional dalam Menghadapi Persaingan dengan E-Commerce”*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan e-commerce memberikan dampak signifikan terhadap aktivitas perdagangan di pasar tradisional, yang ditandai dengan berkurangnya jumlah konsumen dan menurunnya pendapatan

²⁰ Faturochman et al., “Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Persaingan Dengan Pasar Modern Di Kota Palembang,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis* 6, no. 1 (2025).

sebagian pedagang. Kondisi tersebut mendorong pedagang untuk melakukan berbagai strategi adaptasi guna mempertahankan keberlangsungan usaha. Penelitian ini menemukan bahwa strategi adaptasi yang dilakukan pedagang meliputi peningkatan kualitas produk, penyesuaian harga agar tetap kompetitif, perbaikan pelayanan kepada konsumen, serta pemanfaatan teknologi dan jaringan sosial secara terbatas. Selain itu, pedagang juga melakukan penyesuaian skala usaha dan pengelolaan biaya operasional sebagai respons terhadap tekanan persaingan dari platform *e-commerce*. Keberhasilan strategi adaptasi tersebut sangat dipengaruhi oleh penguasaan sumber daya pedagang, seperti modal usaha, kemampuan individu, dan relasi sosial.²¹ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada fokus kajian mengenai strategi adaptasi pedagang pasar tradisional serta penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif dalam menganalisis realitas sosial dan ekonomi pedagang. Kedua penelitian sama-sama menempatkan pedagang sebagai subjek aktif yang melakukan penyesuaian terhadap perubahan lingkungan usaha guna mempertahankan pendapatan. Adapun perbedaannya, penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada strategi adaptasi pedagang dalam menghadapi persaingan dengan *e-commerce* sebagai bentuk perubahan eksternal berbasis teknologi digital. Sementara itu, penelitian yang dilakukan peneliti memfokuskan kajian pada strategi adaptasi pedagang pasca relokasi, di mana perubahan yang dihadapi bersifat struktural akibat kebijakan relokasi dan

²¹ Slamet Rifai, *Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Dengan E-Commerce (Studi Kasus Pasar Seputih Surabaya Lampung Tengah)* (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: UIN Jurai Siwo Lampung, 2026).

berdampak langsung pada kondisi pendapatan pedagang. Selain itu, penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan tinjauan ekonomi syariah sebagai perspektif analisis utama, sedangkan penelitian terdahulu belum secara spesifik mengaitkan strategi adaptasi pedagang dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Milen Eva Pertiwi, Titin Agustin Nengsih, dan Yuliana Safitri dengan judul *“Dampak Relokasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Kasus di Pasar Rakyat Talang Banjar Kecamatan Jambi Timur)”*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa relokasi pasar tradisional memberikan dampak yang signifikan terhadap kondisi ekonomi pedagang, khususnya pada aspek pendapatan. Sebagian besar pedagang mengalami penurunan pendapatan pasca relokasi yang disebabkan oleh perubahan lokasi pasar, berkurangnya jumlah pengunjung, jam operasional yang tidak optimal, keterbatasan modal, serta meningkatnya tingkat persaingan antar pedagang. Penelitian ini juga mengungkap bahwa persepsi pedagang terhadap kebijakan relokasi cenderung belum sesuai dengan harapan, terutama karena fasilitas pasar dan aksesibilitas lokasi baru dinilai belum mendukung kelancaran aktivitas perdagangan. Kondisi tersebut menyebabkan pedagang menghadapi kesulitan dalam mempertahankan pendapatan seperti sebelum relokasi, sehingga berdampak pada keberlanjutan usaha mereka.²² Persamaan

²² Milen Eva Pertiwi, Titin Agustin Nengsih, and Yuliana Safitri, “Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Di Pasar Rakyat Talang Banjar Kecamatan Jambi Timur),” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis (JIMEB)*, 3, no. 1 (2024).

penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada kajian mengenai kondisi pedagang pasar tradisional pasca relokasi serta dampak relokasi terhadap pendapatan pedagang dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Kedua penelitian sama-sama memandang relokasi sebagai faktor struktural yang memengaruhi stabilitas ekonomi pedagang. Adapun perbedaannya, penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada analisis dampak relokasi terhadap pendapatan pedagang dan faktor-faktor yang memengaruhinya, tanpa mengkaji secara mendalam bagaimana pedagang merespons kondisi tersebut melalui strategi adaptasi. Sementara itu, penelitian yang dilakukan peneliti tidak hanya melihat dampak relokasi terhadap pendapatan, tetapi juga memfokuskan perhatian pada strategi adaptasi pedagang pasca relokasi sebagai upaya bertahan dalam menghadapi perubahan kondisi usaha, serta dianalisis menggunakan perspektif ekonomi syariah.

Berdasarkan keempat penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun telah banyak penelitian yang membahas relokasi, strategi adaptasi pedagang, maupun dampaknya terhadap pendapatan, namun kajian tersebut masih dilakukan secara parsial. Berbeda dari penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini menghadirkan kebaruan (*novelty*) dengan mengintegrasikan relokasi, strategi adaptasi pedagang pasca relokasi, serta dampaknya terhadap pendapatan dalam satu kerangka analisis yang utuh dan dianalisis secara komprehensif menggunakan perspektif ekonomi syariah, khususnya dalam konteks Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare.

B. Landasan Teoritis

1. Teori Adaptasi

a. Pengertian Adaptasi

Teori adaptasi merupakan konsep yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu atau kelompok menyesuaikan diri terhadap perubahan kondisi lingkungan yang dihadapi, baik lingkungan sosial, ekonomi, maupun struktural. Adaptasi pada dasarnya merupakan proses dinamis yang menunjukkan kemampuan pelaku untuk merespons tekanan, tantangan, serta perubahan situasi dengan melakukan penyesuaian perilaku, strategi, maupun pola tindakan tertentu agar tetap dapat mempertahankan keberlangsungan hidup dan aktivitasnya.²³ Dalam konteks sosial ekonomi, adaptasi tidak hanya dipahami sebagai proses penyesuaian pasif, tetapi sebagai tindakan aktif, rasional, dan strategis yang dilakukan untuk mempertahankan stabilitas kehidupan, khususnya dalam aspek ekonomi.

Dalam bukunya, Desy Safitri mengatakan bahwa adaptasi merupakan suatu proses penyesuaian yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam menjaga keseimbangan hidupnya ketika menghadapi perubahan lingkungan. Melalui proses adaptasi, individu atau kelompok menyesuaikan diri dengan kondisi di dalam maupun di sekitarnya agar tetap dapat mempertahankan dan memaksimalkan keberlangsungan hidup.²⁴ Oleh karena itu, dalam menghadapi berbagai permasalahan lingkungan, adaptasi menjadi hal yang penting agar tercipta keselarasan antara individu atau kelompok dengan lingkungan tempat mereka beraktivitas.

²³ Dayu Apriani, *Strategi Adaptasi dan Pendapatan Pedagang Batik pada Masa Pandemi COVID-19 di Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta* (Skripsi Sarjana; Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021), 22.

²⁴ Desy Safitri, Ferdi Fauzan Putra, and Arita Marini, *Ekolabel Dan Pendidikan Lingkungan Hidup* (Jakarta: PT Pustaka Mandiri, 2020), 14.

Salah satu teori adaptasi yang relevan dalam penelitian ini adalah teori yang dikemukakan oleh John William Bennett, yang memandang adaptasi sebagai bentuk perilaku responsif manusia dalam menghadapi perubahan lingkungan. Bennett menjelaskan bahwa adaptasi merupakan proses yang memungkinkan individu atau kelompok mengatur sistem tindakan atau perilaku mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup sehingga dapat menyesuaikan diri dengan berbagai situasi serta mencapai keseimbangan baru dalam kondisi lingkungan yang berubah. Dengan demikian, adaptasi tidak hanya bersifat pasif, tetapi juga mencerminkan tindakan aktif dan terencana dalam merespons perubahan. Menurut Bennet terdapat tiga bagian atau indikator dalam adaptasi yaitu: Adaptasi Perilaku (*Adaptive Behavior*), Adaptasi Siasat (*Adaptive Strategy*), dan Adaptasi Proses (*Adaptive Processes*).²⁵

Dalam kehidupan ekonomi, individu maupun pelaku usaha senantiasa dihadapkan pada berbagai perubahan kondisi yang memengaruhi aktivitas ekonomi yang dijalankan. Perubahan tersebut dapat berupa perubahan permintaan pasar, tingkat persaingan, kebijakan pemerintah, hingga perubahan lokasi usaha yang berdampak langsung terhadap keberlangsungan kegiatan ekonomi.²⁶ Kondisi ini menuntut setiap pelaku ekonomi untuk tidak hanya menjalankan aktivitas secara rutin, tetapi juga mampu menyesuaikan diri terhadap dinamika yang terjadi.

Kemampuan untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan tersebut menjadi hal yang penting, karena keberlangsungan aktivitas ekonomi sangat bergantung pada sejauh mana pelaku usaha mampu merespons perubahan lingkungan secara tepat. Dalam konteks inilah, konsep adaptasi ekonomi menjadi relevan untuk menjelaskan

²⁵ John William Bennett, *Human Ecology as Human Behavior* (New York: Pergamon Press INC, 1996), 28-29.

²⁶ Maharani Wulandari et al., "Strategi Adaptasi Dalam Menghadapi Perubahan Ekonomi Terbaru," *Jurnal Ekonomi STIEP* 9, no. 1 (2024): 87.

bagaimana individu atau pelaku usaha melakukan penyesuaian terhadap perubahan kondisi ekonomi yang dihadapi.

Adaptasi ekonomi merupakan upaya yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi ekonomi, baik pada tingkat mikro maupun makro.²⁷ Proses ini mencerminkan kemampuan pelaku ekonomi dalam merespons dinamika yang terjadi, baik dalam skala lokal, nasional, maupun global. Perubahan kondisi ekonomi tersebut dapat dipicu oleh berbagai faktor, seperti pergeseran pasar tenaga kerja, perkembangan teknologi, perubahan kebijakan, maupun terjadinya krisis ekonomi. Tujuan utama dari adaptasi ekonomi adalah untuk menjaga keberlangsungan aktivitas ekonomi, meningkatkan produktivitas, serta meminimalkan dampak negatif dari tekanan ekonomi yang dihadapi.

Dalam konteks usaha, adaptasi ekonomi dapat dipahami sebagai kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan aktivitas ekonominya, seperti strategi produksi, distribusi, maupun cara berdagang, sebagai respons terhadap perubahan kondisi pasar, kebijakan, lokasi usaha, serta tingkat persaingan. Proses ini menunjukkan bagaimana pelaku usaha, khususnya pedagang pasar dalam menata ulang tindakan ekonominya agar tetap mampu bertahan di tengah perubahan kondisi usaha. Dengan demikian, adaptasi mencerminkan bentuk rasionalitas ekonomi, di mana individu berupaya memilih tindakan terbaik dalam kondisi keterbatasan sumber daya.

b. Konsep Strategi Adaptasi

Setiap makhluk hidup tidak memiliki kemampuan adaptasi yang sama dalam menghadapi perubahan lingkungan. Oleh karena itu, individu atau kelompok akan

²⁷ Mukhaer Pakkana, *Adaptasi Ekonomi: Mencari Titik Keseimbangan Baru* (Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2024), 137.

mengembangkan cara dan tindakan penyesuaian yang berbeda-beda sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, yang selanjutnya disebut sebagai strategi adaptasi. Strategi adaptasi merupakan serangkaian tindakan atau langkah yang dirancang untuk menyesuaikan diri dengan perubahan situasi dan kondisi tertentu guna mempertahankan keberlangsungan hidup (*survival*).²⁸ Strategi ini dapat dilakukan oleh individu maupun kelompok sebagai upaya menjaga eksistensi dan stabilitas, baik dalam aspek ekonomi maupun sosial.

Strategi adaptasi merupakan bentuk konkret dari proses adaptasi yang diwujudkan melalui tindakan terencana untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan. Strategi ini mencerminkan upaya sadar yang dilakukan individu untuk merespons perubahan kondisi secara sistematis dan terarah. Menurut Edi Suharto, strategi adaptasi merupakan kemampuan seseorang dalam menerapkan berbagai cara untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.²⁹ Hal ini menunjukkan bahwa strategi adaptasi tidak hanya berkaitan dengan reaksi terhadap perubahan, tetapi juga melibatkan kemampuan dalam mengelola potensi yang ada untuk mempertahankan keberlangsungan hidup.

Dalam perspektif ekonomi, strategi adaptasi merujuk pada berbagai langkah yang ditempuh pelaku usaha untuk mempertahankan aktivitas ekonomi ketika menghadapi perubahan kondisi pasar.³⁰ Strategi adaptasi tersebut mencerminkan

²⁸ Eka Dewintara, Syahriyah Semaun, and Andi Bahri, "Orientasi Dan Strategi Bertahan Persaingan Kewirausahaan Perempuan Pada UMKM," *AL-MAIYYAH: Media Transformasi Gender Dalam Paradigma Sosial Keagamaan* 17, no. 1 (2024): 48.

²⁹ Irfandi Patangnga, *Strategi Adaptasi Masyarakat Nelayan Terhadap Dampak Fenomena Perubahan Iklim Dan Kenaikan BBM Di Desa Mabonta Kabupaten Luwu Timur* (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: IAIN Palopo, 2023), 12.

³⁰ Faturachman et al., "Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Persaingan Dengan Pasar Modern Di Kota Palembang," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 6, no. 1 (2025), 9.

kemampuan pelaku usaha dalam merespons berbagai tantangan dan perubahan lingkungan melalui berbagai bentuk tindakan, seperti penyesuaian harga, perubahan jenis barang dagangan, peningkatan kualitas pelayanan, pengelolaan modal usaha, serta pemanfaatan jaringan sosial untuk mempertahankan pelanggan.

Bentuk-bentuk strategi tersebut menunjukkan bahwa adaptasi merupakan proses aktif yang melibatkan pengambilan keputusan ekonomi secara rasional guna mempertahankan stabilitas usaha. Strategi adaptasi menjadi penting karena keberlangsungan usaha tidak hanya ditentukan oleh kondisi eksternal, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan strategi operasionalnya secara tepat dan responsif. Pelaku usaha yang mampu merancang strategi adaptasi secara tepat umumnya memiliki fleksibilitas usaha yang lebih tinggi, mampu membaca peluang pasar, serta memiliki ketahanan ekonomi yang lebih baik dibandingkan dengan pelaku usaha yang tidak melakukan penyesuaian.

Dalam konteks penelitian ini, strategi adaptasi pedagang dipahami sebagai serangkaian tindakan sadar yang dilakukan untuk merespons perubahan kondisi usaha pasca relokasi melalui penyesuaian pola aktivitas ekonomi, pemanfaatan peluang yang tersedia, serta upaya mengatasi berbagai kendala usaha guna mempertahankan pendapatan dan keberlangsungan usaha. Strategi adaptasi menjadi konsep yang relevan karena menunjukkan kemampuan pedagang dalam mengelola risiko ekonomi di tengah perubahan lingkungan usaha. Setiap pedagang memiliki kemampuan adaptasi yang berbeda-beda, sehingga berdampak pada variasi kondisi usaha dan tingkat pendapatan yang diperoleh. Keberhasilan adaptasi tersebut dipengaruhi oleh kapasitas masing-masing pedagang, seperti modal usaha, pengalaman berdagang, jaringan sosial, serta kemampuan berinovasi dalam menghadapi perubahan pasar.

Dengan demikian, strategi adaptasi tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme bertahan, tetapi juga sebagai indikator kemampuan pelaku usaha dalam mengelola risiko ekonomi.

c. Klasifikasi Strategi Adaptasi

Agar konsep strategi adaptasi dapat dianalisis secara sistematis, maka strategi adaptasi dalam penelitian ini diklasifikasikan ke dalam beberapa bentuk sebagai indikator analisis, sesuai dengan yang dikemukakan oleh John William Bennett, sebagai berikut:

1) Strategi Adaptasi Perilaku (*Adaptive Behavior*)

Strategi adaptasi perilaku merupakan sebuah bentuk penyesuaian yang ditunjukkan dari perubahan sikap atau perilaku individu atau kelompok yang berubah dari sikap atau perilaku sebelumnya. Hal ini terjadi akibat keharusan suatu individu atau kelompok untuk mempertahankan diri di lingkungan barunya sehingga dapat mengikuti perilaku individu atau masyarakat di lingkungan yang baru tersebut. Strategi adaptasi perilaku dalam konteks pasca relokasi pedagang merupakan bentuk penyesuaian yang tercermin dari perubahan sikap, kebiasaan, dan cara pedagang dalam menjalankan aktivitas berdagang setelah berpindah lokasi. Relokasi menyebabkan perubahan pola arus pembeli, posisi lapak, serta intensitas interaksi dengan konsumen, sehingga pedagang perlu menyesuaikan perilaku berdagangnya dengan kondisi yang baru. Adaptasi perilaku ini dapat terlihat dari cara pedagang melayani pembeli, pola komunikasi, maupun pendekatan dalam menawarkan barang dagangan. Misalnya cara pedagang melayani pembeli dengan lebih aktif, meningkatkan keramahan, memperbaiki pola komunikasi, serta berusaha lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen di lokasi baru. Perubahan perilaku tersebut

dilakukan sebagai upaya untuk menarik kembali minat pembeli dan mempertahankan keberlangsungan usaha setelah relokasi.

2) Strategi Adaptasi Siasat (*Adaptive Strategy*)

Strategi adaptasi siasat merupakan bentuk penyesuaian yang dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk bisa menyelesaikan atau mengatasi suatu permasalahan yang ada di lingkungan tersebut. Adaptasi ini tidak hanya berkaitan dengan perubahan sikap, tetapi lebih menekankan pada upaya sadar dan terencana biasanya digunakan untuk mencari solusi atas permasalahan yang terjadi di suatu lingkungan atau kelompok masyarakat. Strategi adaptasi siasat dalam kondisi pasca relokasi merujuk pada langkah-langkah sadar dan terencana yang dilakukan pedagang untuk mengatasi penurunan jumlah pelanggan dan ketidakstabilan pendapatan akibat perubahan lokasi berdagang. Strategi ini berkaitan dengan upaya pedagang dalam merespons perubahan kondisi pasar, seperti mengubah tata letak dagangan agar lebih menarik dan mudah terlihat meskipun lapak sempit, memberikan harga promo atau potongan harga untuk menarik pelanggan, memanfaatkan media sosial sederhana (WhatsApp) untuk promosi, membangun kerja sama antar pedagang, seperti saling berbagi informasi mengenai kondisi pasar dan jumlah pembeli, membantu menjaga lapak satu sama lain, serta membuat kesepakatan bersama agar tidak saling menjatuhkan harga. dll. Upaya ini dilakukan secara sadar sebagai strategi untuk mempertahankan pendapatan.

3) Strategi Adaptasi Proses (*Adaptive Processes*)

Strategi adaptasi proses merupakan bentuk penyesuaian yang berlangsung secara berkelanjutan dan bersifat jangka panjang sebagai respons terhadap perubahan lingkungan. Strategi adaptasi proses ini juga merupakan sebuah bentuk adaptasi yang

dilakukan baik individu ataupun kelompok. Dalam hal ini, individu-individu yang tergabung dalam suatu masyarakat akan hidup bersama di dalam satu lingkungan sosial yang sama, maka dari itu kesatuan masyarakat akan mencari cara untuk mempermudah dan meringankan beban dari masing-masing anggota agar mereka bisa memenuhi kebutuhan untuk bisa mencapai kesejahteraan yang diinginkan. Strategi adaptasi proses dalam konteks pasca relokasi pedagang merupakan penyesuaian yang terjadi secara bertahap dan berkelanjutan seiring waktu hingga pedagang mampu menyesuaikan diri dengan kondisi baru. Relokasi tidak hanya menimbulkan perubahan sesaat, tetapi juga memerlukan proses penyesuaian jangka panjang terhadap lingkungan usaha yang baru. Adaptasi proses dapat terjadi pada tingkat individu maupun kelompok, seperti kemampuan pedagang dalam menyesuaikan pola usaha secara bertahap maupun membangun hubungan sosial dengan sesama pedagang. Misalnya pedagang berupaya mempelajari pola kunjungan pembeli di lokasi baru, menyesuaikan jumlah dan jenis stok barang sesuai tingkat permintaan, serta mengatur kembali penggunaan modal usaha agar tetap efisien. Proses adaptasi ini dilakukan secara terus-menerus seiring dengan pengalaman pedagang menghadapi dinamika pasar pasca relokasi. Dengan demikian, adaptasi proses mencerminkan kemampuan pedagang dalam menjaga stabilitas usaha melalui penyesuaian yang berkelanjutan terhadap perubahan lingkungan berdagang.³¹

Klasifikasi strategi adaptasi tersebut digunakan sebagai indikator untuk menganalisis bentuk-bentuk penyesuaian yang dilakukan pedagang pasca relokasi. Melalui indikator ini, peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana pedagang merespons

³¹ Azulfa Arivah and Grendi Hendrastomo, "Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Muntitan Dalam Menghadapi Revitalisasi Dan Maraknya Penggunaan E-Commerce," *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat* 12, no. 2 (2024): 140.

perubahan lingkungan usaha serta sejauh mana kemampuan adaptasi tersebut berkaitan dengan keberlangsungan usaha dan pendapatan yang diperoleh. Dalam penelitian ini, bentuk strategi adaptasi yang ditemukan bersifat empiris dan dapat berbeda-beda sesuai dengan kondisi yang dialami oleh masing-masing pedagang dilapangan.

2. Teori Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Dalam mengukur kondisi ekonomi seseorang atau rumah tangga, salah satu konsep pokok yang paling sering digunakan yaitu melalui tingkat pendapatan. Pendapatan dapat menunjukkan seluruh uang atau seluruh material lainnya yang dapat dicapai dari penggunaan kekayaan yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi. Tujuan utama seseorang bekerja atau menjalankan usaha adalah untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan adalah jumlah hasil kerja yang diperoleh seseorang dalam bekerja atau menjalankan usaha per minggu, per bulan, maupun per tahun. Pendapatan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup serta kelangsungan suatu usaha yang dijalankannya dimana pendapatan yang diterima dapat digunakan untuk pembayaran³²

Menurut Senada Irawan dan Suparmoko, pendapatan seseorang adalah pendapatan yang diperoleh dari suatu kegiatan usaha yang menghasilkan suatu keuntungan. Sedangkan menurut pandangan Endang dan Rintar pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan yang dihitung setiap bulan

³² Nishfu Laila Zahara, *Pengaruh Jam Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Jalan Suromenggolo Kabupaten Ponorogo* (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: IAIN Ponorogo, 2020), 13-14.

atau tahun.³³ Pendapatan seseorang dapat dikaitkan dengan jenis pekerjaan yang dilakukannya sesuai dengan profesi masing-masing misalnya pengusaha, buruh, pegawai, tukang, dan lain-lain. Setelah bekerja, seseorang memperoleh pendapatan yang dapat digunakan sebagai pemenuh kebutuhan sehari-hari, selain itu dapat digunakan untuk tabungan maupun usaha. Selanjutnya pendapatan individu atau pendapatan seseorang merupakan upah atau gaji yang diberikan kepada seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan.³⁴ Dalam penelitian ini, fokus kajian diarahkan pada aspek pendapatan dalam sektor perdagangan, khususnya pendapatan yang diperoleh pedagang di pasar tradisional atau pasar sentral sebagai pelaku usaha mikro yang menjalankan aktivitas jual beli secara langsung.

Menurut Sadono Sukirno, pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut yang seringkali diukur dari hasil penjualan dan keuntungan harian yang diperoleh setelah melakukan aktivitas berdagang.³⁵ Pendapatan dalam konteks usaha diartikan sebagai hasil yang diperoleh dari aktivitas penjualan barang atau jasa dalam suatu periode tertentu. Pendapatan tersebut dapat berupa penerimaan dalam bentuk uang tunai maupun non-tunai yang diperoleh melalui proses transaksi antara pedagang dan pembeli berdasarkan kesepakatan bersama. Besarnya pendapatan yang diperoleh pedagang dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain jumlah pembeli, harga barang, volume penjualan, serta kondisi lingkungan usaha yang melingkupinya.

³³ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Pengembangan Pasar Modern Dan Tradisional* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 83.

³⁴ Anggia Ramadhan, Radian Rahim, and Nurul Nabila Utami, *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)* (Medan: CV. Tahta Media Group, 2023), 1–2.

³⁵ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 38.

Pendapatan pedagang sangat ditentukan oleh kemampuan dalam menjual barang kepada konsumen dengan harga yang disepakati di pasar. Harga tersebut pada dasarnya terbentuk melalui mekanisme penawaran dan permintaan, sehingga tingkat pendapatan yang diperoleh pedagang juga dipengaruhi oleh dinamika pasar dan jumlah konsumen. Semakin tinggi jumlah pembeli dan volume penjualan, maka semakin besar pula pendapatan yang dapat diperoleh. Selain itu, pendapatan pedagang memiliki peran penting dalam menunjang keberlangsungan kehidupan ekonomi.³⁶ Tingkat pendapatan yang diperoleh diharapkan mampu melampaui biaya hidup, sehingga pedagang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari serta menjaga stabilitas ekonomi keluarganya. Pendapatan yang diperoleh, khususnya dalam bentuk keuntungan, tidak hanya digunakan untuk konsumsi, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk menambah modal usaha guna mempertahankan dan mengembangkan aktivitas perdagangan.

Dalam konteks penelitian ini, pendapatan pedagang tidak hanya dipahami sebagai hasil akhir dari aktivitas jual beli, tetapi juga sebagai indikator yang mencerminkan kemampuan pedagang dalam mempertahankan dan mengelola usahanya di tengah perubahan kondisi lingkungan. Pendapatan menjadi aspek penting untuk melihat bagaimana dinamika usaha pedagang pasca relokasi, khususnya dalam hal keberlangsungan aktivitas ekonomi yang dijalankan. Pada pedagang pasar tradisional, pendapatan memiliki karakteristik yang fluktuatif dan sangat bergantung pada interaksi langsung dengan konsumen. Dengan demikian, strategi adaptasi tidak diposisikan sebagai faktor yang secara langsung menentukan pendapatan, melainkan

³⁶ Putri Nurul Fatah, *Pengaruh Modal Awal, Jenis Dagangan, Lokasi, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Segamas Kabupaten Purbalingga* (Skripsi Sarjana; Jurusan Akuntansi: Universitas Nadhlatul Ulama Purwokerto, 2024), 9.

dianalisis untuk menggambarkan keterkaitan dan dampak yang muncul terhadap perubahan pendapatan pedagang berdasarkan pengalaman dan kondisi nyata yang mereka alami. Oleh karena itu, perubahan lokasi berdagang akibat relokasi dapat memengaruhi akses terhadap konsumen, intensitas transaksi, serta daya beli, yang pada akhirnya berdampak pada tingkat pendapatan yang diperoleh pedagang.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Pendapatan pedagang tidak terlepas dari berbagai faktor yang memengaruhi aktivitas usaha yang dijalankan. Menurut Basu Swastha, terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi pendapatan, yaitu:³⁷

- 1) Kondisi dan Kemampuan Pedagang. Kondisi dan kemampuan pedagang berkaitan dengan keterampilan dalam menawarkan barang, berinteraksi dengan konsumen, serta kemampuan dalam mengelola usaha. Pedagang yang memiliki kemampuan komunikasi dan pelayanan yang baik cenderung lebih mudah menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan.
- 2) Kondisi Pasar. Kondisi pasar meliputi lokasi usaha, jumlah pembeli, tingkat persaingan, serta fasilitas yang tersedia. Dalam konteks relokasi, perubahan lokasi berdagang dapat memengaruhi akses terhadap konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada tingkat pendapatan pedagang.
- 3) Modal Usaha. Modal merupakan faktor penting dalam menjalankan usaha, karena berkaitan dengan kemampuan pedagang dalam

³⁷ Alip Aprianto, *Pengaruh Revitalisasi Pasar Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Mandala Kecamatan Bandar Mataram* (Skripsi Sarjana; Jurusan Akuntansi Syariah: IAIN Metro, 2023), 25.

menyediakan barang dagangan. Modal yang cukup memungkinkan pedagang untuk menyediakan variasi produk yang lebih banyak sehingga dapat meningkatkan peluang penjualan.

c. Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pendapatan dalam perspektif Islam tidak hanya dimaknai sebagai hasil dari aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai bagian dari rezeki (*rizq*) yang diberikan oleh Allah SWT. kepada manusia melalui usaha yang halal dan sesuai dengan prinsip syariah.³⁸ Dalam ekonomi Islam, pendapatan memiliki dimensi yang lebih luas, yaitu mencakup aspek material dan spiritual, sehingga tidak hanya berorientasi pada besarnya keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan kemaslahatan yang dihasilkan. Konsep ini menekankan bahwa setiap pendapatan harus diperoleh melalui cara yang halal (diperbolehkan) dan *thayyib* (baik), serta tidak mengandung unsur yang dilarang seperti *riba*, penipuan, dan ketidakadilan. Dalam literatur ekonomi Islam, dijelaskan bahwa perolehan pendapatan yang halal memiliki kaitan erat dengan diterimanya ibadah dan keberkahan hidup seseorang.³⁹

Al-Qur'an secara tegas mendorong umat manusia untuk bekerja dan mencari rezeki sebagai bentuk usaha memperoleh pendapatan. Allah SWT. berfirman dalam QS. Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

³⁸ Ely Fitri Wahyuni, Syamsul Hilal, and Madnasir Madnasir, "Analisis Implementasi Etika Kerja Islam, Ekonomi Hijau Dan Kesejahteraan Dalam Prespektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 86.

³⁹ Nur Chanifah, "Formulasi Etika Bisnis Halal Thayyib Dalam Perspektif Maqashid Syariah Kontemporer Jasser Auda," *Arena Hukum* 14, no. 3 (2021): 25.

Terjemahnya:

Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.⁴⁰

Penjelasan dari ayat di atas adalah tentang seruan Allah terhadap makhlukNya (manusia) yang beriman atau umat Islam yang telah memenuhi syarat-syarat sebagai *mukallaf* untuk melaksanakan shalat. Umat Islam wajib meninggalkan segala yang dikerjanya, seperti menuntut ilmu atau jual beli untuk memenuhi seruan Allah tersebut akan mendapat banyak hikmah. Umat Islam yang telah menunaikan shalat diperintahkan oleh Allah untuk berusaha dan bekerja agar mendapatkan karunia-Nya, seperti ilmu pengetahuan, harta benda, kesehatan jasmani dan rohani, dan lain-lain. Dimana dan kapanpun kaum muslimin berada serta apapun yang mereka lakukan, mereka dituntut oleh agamanya agar senantiasa mengingat Allah. Ayat tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi seperti berdagang dan bekerja merupakan bagian dari perintah agama. Selain itu, dalam QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Terjemahnya:

Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.⁴¹

Ayat tersebut menegaskan bahwa manusia diperintahkan untuk mengonsumsi sesuatu yang halal dan baik, sehingga secara tidak langsung menunjukkan bahwa sumber pendapatan juga harus diperoleh melalui cara yang halal. Dalam Islam, cara memperoleh pendapatan memiliki kedudukan yang sama pentingnya dengan jumlah

⁴⁰ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

⁴¹ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

pendapatan itu sendiri.⁴² Sebagai ajaran *rahmatan lil 'alamin*, Islam memberikan pedoman hidup guna mewujudkan keseimbangan dalam kehidupan. Melalui Nabi Muhammad SAW, Allah SWT. memberikan petunjuk mengenai jalan kebenaran, termasuk tuntunan dalam memilih dan mengonsumsi produk yang bermanfaat bagi kebutuhan fisik maupun spiritual. Dalam hal ini, makanan yang baik adalah makanan yang termasuk kategori halal sesuai ajaran agama.⁴³ Oleh karena itu, kehalalan suatu makanan menjadi aspek yang sangat penting bagi masyarakat muslim, karena tidak hanya berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan jasmani, tetapi juga berkaitan dengan nilai ibadah dan ketaatan kepada Allah SWT.

Dalam hadis, Rasulullah SAW juga menegaskan pentingnya memperoleh pendapatan melalui usaha yang baik dan halal. Beliau bersabda: *“Tidaklah seseorang memakan makanan yang lebih baik daripada hasil usaha tangannya sendiri”* (HR. Bukhari No. 2072), yang menunjukkan bahwa pendapatan terbaik adalah yang diperoleh dari kerja keras sendiri, seperti berdagang atau berusaha. Selain itu, Rasulullah SAW juga bersabda: *“Sesungguhnya Allah itu baik dan tidak menerima kecuali yang baik”* (HR. Muslim No. 1015), yang menegaskan bahwa setiap bentuk pendapatan harus bersumber dari hal yang baik dan halal.

Lebih lanjut, dalam perspektif ekonomi Islam, pendapatan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan aspek keadilan dan kemaslahatan.⁴⁴ Artinya, dalam aktivitas ekonomi, seseorang tidak

⁴² Alifa Agustina et al., “Prinsip Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Kajian Tafsir Al-Qur’an Dan Hadist: Principles of Consumption in Islamic Economics: A Study of Qur’anic and Hadith Interpretation,” *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)* 4, no. 1 (2026): 27.

⁴³ An Ras Try Astuti and Rukiah, “Bisnis Halal Dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis,” *AL MA’ARIEF: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya* 1, no. 2 (2019): 97.

⁴⁴ Alva Yenica Nandavita et al., “Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang Hasil Bumi Di Pasar Koga Bandar Lampung),” *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 2 (2025): 70.

diperbolehkan merugikan pihak lain atau melakukan praktik yang tidak jujur. Sejalan dengan hal tersebut, M. Umer Chapra menyatakan bahwa sistem ekonomi Islam menekankan keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan sosial, sehingga pendapatan yang diperoleh harus memberikan manfaat tidak hanya bagi individu, tetapi juga bagi masyarakat secara luas.⁴⁵ Dengan demikian, pendapatan tidak hanya dinilai dari jumlahnya, tetapi juga dari cara memperolehnya dan dampaknya terhadap lingkungan sosial. Oleh karena itu, konsep pendapatan dalam Islam pada akhirnya bertujuan untuk mewujudkan keadilan sosial dan kesejahteraan yang merata dalam masyarakat.

3. Teori Ekonomi Syariah

a. Pengertian Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam

Ekonomi Islam dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *al-iqtishad al-Islami*. Al-iqtishad secara bahasa berarti al-qashdu yaitu pertengahan dan berkeadilan.⁴⁶ Pengertian pertengahan dan berkeadilan ini banyak ditemukan dalam Al-Qur'an di antaranya "*Dan sederhanalah kamu dalam berjalan.*" (Luqman: 19) dan "*Di antara mereka ada golongan yang pertengahan.*" (al-Maidah: 66). Maksudnya, orang yang berlaku jujur, lurus, dan tidak menyimpang dari kebenaran.

Yang dimaksud dengan ekonomi Islam menurut Abdul Mun'in al- Jamal adalah kumpulan dasar-dasar umum tentang ekonomi yang digali dari Al-Qur'an al- Karim dan as-Sunnah.⁴⁷ Hampir senada dengan definisi ini, Muhammad Abdul Manan berpendapat, *Islamic Economic is a sosial sciens with studies the economic*

⁴⁵ Muhammad Umer Chapra, *Islam Dan Tantangan Ekonomi* (Jakarta: Gema Insani, 2000), 120.

⁴⁶ Rafiq Yunus Al-Mishri, *Ushul Al-Iqtishad Al-Islami*, (Damsyiq: Dar Al Qalam, 1993), 11.

⁴⁷ Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2017), 2.

problems of a people imbued with the values of Islami. Ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.⁴⁸

Ekonomi syariah merupakan suatu sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis.⁴⁹ Sistem ini mengatur aktivitas ekonomi manusia, baik dalam kegiatan produksi, distribusi, maupun konsumsi, dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan (*falah*) di dunia dan akhirat.

Ekonomi Islam/Syariah merupakan suatu ilmu yang mempelajari kegiatan perekonomian yang dalam pelaksanaannya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan ketauhidan. Ekonomi syariah dapat didefinisikan sebagai suatu sistem perekonomian yang berbasis pada prinsip-prinsip syariah.⁵⁰ Yang dimaksud dengan berdasarkan prinsip syariah adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung riba, *gharar*, objek haram dan menimbulkan kezaliman.

Ilmu ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari aktivitas atau perilaku manusia secara aktual dan empirikal, baik dalam produksi, distribusi maupun konsumsi. Menurut Ahmad Muflih Saefuddin mengemukakan bahwa sistem ekonomi Islam adalah sebuah ekonomi yang *purposive* dan tidak netral atau bebas nilai dan bekerja menurut aksioma dasar dan instrument berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis, serta *ijma'* para ulama dengan tujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.⁵¹

⁴⁸ Muhammad Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* (Prenada Media, 2017), 6–7.

⁴⁹ Irwan Misbach, *Ekonomi Syariah* (Gowa: Alauddin University Press, 2020), 15.

⁵⁰ A. Rio Makkulau Wahyu, *Pengantar Ekonomi Islam* (Bandung: PT Refika Aditama, 2020).

⁵¹ Andi Bahri, *Ekonomi Islam Zakat Ajaran Kesejahteraan Dan Keselamatan Ummat* (Cet. I: Stain Parepare, 2013), 19–20.

Menurut Yusuf Al-Qardhawi menegaskan bahwa dalam menjalankan usaha, seorang muslim harus memastikan bahwa aktivitas yang dilakukan tidak bertentangan dengan prinsip halal, tidak mengandung unsur penipuan (*gharar*), serta tidak merugikan pihak lain.⁵² Oleh karena itu, berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam/Syariah adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari permasalahan-permasalahan ekonomi dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki berdasarkan nilai-nilai Islam dan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis, serta *ijma'* dalam rangka mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

b. Perspektif Ekonomi Syariah dalam Aktivitas Ekonomi

Ekonomi syariah memandang aktivitas ekonomi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia secara menyeluruh. Dalam perspektif ini, kegiatan ekonomi bukan hanya sekadar usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup atau memperoleh keuntungan, tetapi juga merupakan bagian dari sistem kehidupan yang mengandung nilai, makna, dan tujuan yang lebih luas.⁵³ Aktivitas ekonomi dalam Islam selalu dikaitkan dengan dimensi moral, spiritual, dan sosial, sehingga tidak bersifat bebas nilai, melainkan terikat pada aturan dan tujuan yang telah ditetapkan dalam ajaran Islam. Dengan demikian, aktivitas ekonomi tidak hanya dilihat dari aspek hasil, tetapi juga dari proses dan nilai yang melandasinya.

Al-Qur'an memberikan pedoman bahwa aktivitas ekonomi harus dilakukan secara benar dan berkeadilan. Hal ini ditegaskan dalam QS. An-Nisa ayat 29:

⁵² Rizky Maudy Anggraini and Siti Latifah, "Etika Bisnis Islam Dalam Pemikiran Yusuf Al Qardhawi," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 4 (2024): 2912.

⁵³ Ubaidillah, Iffatin Nur, and Ahmad Muhatdi Anshor, "Konstruksi Ekonomi Islam Berbasis Interdisipliner: Studi Islam dan Maqashid Syariah," *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 12, no. 2 (2024): 35.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang *batil* (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁵⁴

Ayat ini menegaskan bahwa aktivitas ekonomi, khususnya perdagangan, harus dilandasi prinsip kejujuran, keadilan, dan kerelaan antar pihak. Segala bentuk kecurangan yang menimbulkan kerugian dilarang dalam Islam. Pandangan ini sejalan dengan pemikiran Ibnu Taimiyah yang menolak praktik diskriminasi harga, yakni penetapan harga yang lebih tinggi kepada pembeli yang tidak mengetahui harga pasar. Menurutnya, harga seharusnya mengikuti tingkat harga umum yang terbentuk secara wajar.⁵⁵ Oleh karena itu, aktivitas ekonomi tidak hanya dinilai dari keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari cara dan proses yang dijalankan.

Selain itu, aktivitas ekonomi dalam Islam juga berkaitan dengan tujuan penciptaan manusia. Dalam QS. Adz-Dzariyat ayat 56, Allah SWT. berfirman:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Terjemahnya:

Tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku.⁵⁶

Ayat ini menegaskan bahwa seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas ekonomi, pada hakikatnya merupakan bagian dari ibadah. Dengan demikian, kegiatan

⁵⁴ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

⁵⁵ Moh. Yasin Soumena, Ikhsan Gasali, and A. Rio Makkulau, "Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah," *Al-Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2023):, 55–56.

⁵⁶ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

ekonomi tidak hanya berorientasi pada kepentingan duniawi, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang mengarahkan manusia pada tujuan hidup yang lebih tinggi.

Dalam perspektif ekonomi syariah, manusia merupakan aktor utama dalam aktivitas ekonomi yang memiliki tanggung jawab terhadap setiap tindakan yang dilakukan. Hal ini berkaitan dengan konsep manusia sebagai khalifah sebagaimana disebutkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّیْ جَاعِلٌ فِی الْاَرْضِ خَلِیْفَةًۭ ۚ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِیْهَا مَنْ یُّفْسِدُ فِیْهَا
وِیْسِفُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ اِنِّیْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿۳۰﴾

Terjemahnya:

(Ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “Aku hendak menjadikan khalifah) di bumi.” Mereka berkata, “Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?” Dia berfirman, “Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.”⁵⁷

Ayat tersebut menegaskan bahwa manusia memiliki amanah untuk mengelola kehidupan secara bertanggung jawab. Oleh karena itu, aktivitas ekonomi tidak boleh dilakukan secara sembarangan, tetapi harus mempertimbangkan dampaknya terhadap diri sendiri, masyarakat, dan lingkungan.

Lebih lanjut, ekonomi syariah menekankan bahwa tujuan aktivitas ekonomi tidak hanya terbatas pada pemenuhan kebutuhan materi, tetapi juga pada pencapaian keseimbangan hidup antara dunia dan akhirat. Hal ini ditegaskan dalam QS. Al-Qashash ayat 77:

وَابْتَغِ فِیْمَاۤ اٰتٰكَ اللّٰهُ الدَّارَ الْاٰخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِیْبَكَ مِنَ الدُّنْیَا وَاَحْسِنْ كَمَاۤ اَحْسَنَ اللّٰهُ
اِلَیْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِی الْاَرْضِ ۚ اِنَّ اللّٰهَ لَا یُحِبُّ الْمُفْسِدِیْنَ ﴿۷۷﴾

⁵⁷ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

Terjemahnya:

Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.⁵⁸

Ayat ini memberikan arah bahwa aktivitas ekonomi harus dijalankan secara seimbang, tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai spiritual.⁵⁹

Rasulullah SAW juga menegaskan bahwa aktivitas perdagangan memiliki nilai yang tinggi apabila dilakukan dengan benar. Dalam hadis disebutkan:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ، وَالصِّدِّيقِينَ، وَالشُّهَدَاءِ⁶⁰

Artinya:

Seorang pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang *shiddiq*, dan para syuhada. (HR. Tirmidzi 3/515 no. 1209).

Hadis ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi, khususnya perdagangan, memiliki kedudukan yang tinggi dalam Islam apabila dilakukan dengan cara yang benar, sehingga tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga bernilai ibadah.

Selain itu, ekonomi syariah menempatkan kemaslahatan sebagai tujuan utama dalam aktivitas ekonomi. Setiap kegiatan ekonomi diharapkan mampu memberikan manfaat dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Konsep ini dikenal sebagai *maqashid syariah*, yang menekankan pentingnya menjaga kesejahteraan manusia secara menyeluruh, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun moral.⁶¹ Dengan

⁵⁸ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

⁵⁹ Abdul Fattah, "Implementasi Maqashid Syariah dalam Ekosistem Ekonomi dan Keuangan Syariah di Indonesia: Analisis Pencapaian Kesejahteraan Sosial dan Ekonomi Berkelanjutan," *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2024, 194.

⁶⁰ Neni Hardiati, "Etika Bisnis Rasulullah SAW. Sebagai Pelaku Usaha Sukses Dalam Perspektif Maqashid Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 18.

⁶¹ Ismawati Khasanah, "Urgensi Maqashid Syariah dalam Praktik Pemasaran dan Perdagangan Islam," *EKSY: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 01 (2025): 16.

demikian, aktivitas ekonomi tidak hanya diukur dari keberhasilan secara materi, tetapi juga dari dampak yang dihasilkan bagi kehidupan secara luas.

Dalam konteks penelitian ini, perspektif ekonomi syariah digunakan untuk memahami aktivitas ekonomi pedagang yang mengalami relokasi tempat usaha. Relokasi pedagang merupakan kondisi di mana pelaku usaha harus berpindah dari lokasi sebelumnya ke tempat baru, yang secara langsung mempengaruhi aktivitas ekonomi mereka. Perubahan ini dapat berdampak pada jumlah pelanggan, tingkat pendapatan, pola interaksi, serta keberlangsungan usaha yang dijalankan.

Dalam perspektif ekonomi syariah, relokasi pedagang tidak hanya dipahami sebagai perubahan fisik tempat usaha, tetapi juga sebagai bagian dari dinamika kehidupan ekonomi yang menuntut adanya penyesuaian. Pedagang sebagai pelaku ekonomi tidak hanya berusaha mempertahankan pendapatan, tetapi juga menjalankan aktivitasnya dalam kerangka nilai-nilai Islam.⁶² Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi tetap harus dijalankan secara benar, meskipun dalam kondisi yang berubah dan tidak stabil.

Relokasi pedagang sering kali menimbulkan tantangan, seperti menurunnya jumlah pembeli, berkurangnya aksesibilitas, serta meningkatnya persaingan di lokasi baru. Dalam kondisi tersebut, pedagang dituntut untuk melakukan adaptasi, seperti mengubah strategi penjualan, meningkatkan kualitas pelayanan, atau membangun kembali hubungan dengan pelanggan. Dalam perspektif ekonomi syariah, adaptasi ini tidak hanya dipahami sebagai strategi ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari usaha manusia dalam menjaga keberlangsungan hidupnya secara halal dan bermakna.

⁶² Miftahudin, Muhammad Istan, and Rahman Arifin, *Efektivitas Relokasi Lapak Pedagang Pasar Atas Curup Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: IAIN Curup, 2022).

Selain itu, dalam kondisi relokasi, pedagang juga dihadapkan pada pilihan-pilihan ekonomi yang dapat mempengaruhi nilai dalam aktivitasnya, seperti penentuan harga, cara menarik pelanggan, hingga bentuk interaksi dalam transaksi. Perspektif ekonomi syariah menekankan bahwa dalam kondisi apapun, nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab tetap harus dijaga. Hal ini menunjukkan bahwa tekanan ekonomi tidak menjadi alasan untuk menyimpang dari prinsip-prinsip yang telah ditetapkan.

Lebih jauh, aktivitas pedagang pasca relokasi dapat dipahami sebagai bagian dari upaya menjaga keberlangsungan harta (*hifdz al-mal*) dalam kerangka *maqashid syariah*. Pedagang berusaha mempertahankan usahanya sebagai sumber penghidupan, sekaligus menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan yang baru.⁶³ Dalam hal ini, aktivitas ekonomi tidak hanya berkaitan dengan hasil yang ingin dicapai, tetapi juga dengan proses bagaimana pedagang menghadapi perubahan tersebut.

Dengan demikian, perspektif ekonomi syariah dalam penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai landasan normatif, tetapi juga sebagai kerangka analisis dalam memahami realitas aktivitas ekonomi pedagang yang mengalami relokasi. Melalui perspektif ini, aktivitas ekonomi pedagang dapat dilihat secara lebih komprehensif, tidak hanya sebagai upaya bertahan secara ekonomi, tetapi juga sebagai proses yang mengandung nilai, makna, dan tanggung jawab dalam menjalankan kehidupan.

⁶³ Maziyah Mazza Basya and Alifiah Farizky, "Survival Strategy Pedagang Garmen Pasar Tradisional Di Era Digital Dalam Perspektif Maqashid Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 03 (2025): 244.

c. Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah memiliki sejumlah prinsip dasar yang menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Prinsip utama ekonomi syariah meliputi keadilan ('*adl*), kejujuran (*ash-shiddiq*), tanggung jawab dan kepercayaan (*al-amanah*), dll. Selain itu, *maslahah* atau kemanfaatan bagi masyarakat menjadi inti dari ekonomi syariah. Semua aktivitas ekonomi harus bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan sosial tanpa merugikan pihak lain. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Hasyr ayat 7 sebagai berikut:

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

Terjemahannya:

Apa saja (harta yang diperoleh tanpa peperangan) yang dianugerahkan Allah kepada Rasul-Nya dari penduduk beberapa negeri adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak yatim, orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. (Demikian) agar harta itu tidak hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu terimalah. Apa yang dilarangnya bagimu tinggalkanlah. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya

Ayat ini menegaskan bahwa ekonomi Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan individu, tetapi juga harus memastikan kesejahteraan bersama dengan distribusi kekayaan yang adil. Prinsip-prinsip ekonomi syariah tersebut tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga menjadi pedoman dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, termasuk dalam praktik perdagangan di pasar.⁶⁵ Dalam penelitian ini, prinsip-prinsip

⁶⁴ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

⁶⁵ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 623.

tersebut digunakan sebagai landasan untuk menganalisis kesesuaian strategi adaptasi pedagang. Menurut Ismanto, prinsip-prinsip ekonomi Islam tersebut antara lain:

1) Prinsip Kejujuran (*siddiq*).

Prinsip kejujuran menekankan pentingnya keterbukaan dan kejujuran dalam setiap transaksi, khususnya dalam penyampaian informasi mengenai kualitas, harga, dan kondisi barang, sehingga kepercayaan konsumen terjaga dan hubungan usaha dapat terbangun secara berkelanjutan. Kejujuran merupakan prinsip dasar dalam muamalah yang menuntut pelaku usaha untuk menyampaikan kondisi barang dan harga secara benar, terbuka, serta tidak mengandung unsur penipuan. Dalam konteks penelitian ini, kejujuran tercermin dari cara pedagang menawarkan dagangannya, memberikan informasi mengenai kualitas barang, serta menetapkan harga secara apa adanya. Prinsip ini penting karena kejujuran menjadi dasar terbentuknya kepercayaan antara pedagang dan pembeli, terlebih setelah pedagang mengalami perubahan lokasi usaha akibat relokasi.

2) Prinsip Keadilan (*'adl*).

Prinsip keadilan menuntut pedagang menjalankan aktivitas perdagangan secara adil tanpa merugikan pihak lain, dengan menjaga keseimbangan kepentingan antara diri sendiri, konsumen, dan sesama pedagang agar usaha tetap berorientasi pada kemaslahatan dan diridhai Allah SWT.⁶⁶ Keadilan mengandung makna memberikan sesuatu secara proporsional dan tidak merugikan pihak lain. Dalam aktivitas perdagangan, keadilan tampak dalam penetapan harga yang wajar, perlakuan yang tidak diskriminatif terhadap pembeli, serta tidak memanfaatkan kondisi sulit untuk memperoleh keuntungan berlebihan. Dalam penelitian ini, prinsip keadilan

⁶⁶ Ikhsan Gasali, *Tabdzir dan Israf (Menelisik Pola Konsumsi Mahasiswa Sistem Asrama)* (Malang: CV. Nakomu, 2023), 45.

relevan untuk melihat apakah strategi adaptasi pedagang dilakukan tanpa merugikan konsumen maupun sesama pedagang. Dengan demikian, relokasi tidak boleh menjadi alasan bagi pedagang untuk melakukan praktik perdagangan yang tidak adil.

3) Prinsip Pertanggungjawaban atau Kepercayaan (*amanah*).

Prinsip amanah menegaskan bahwa setiap aktivitas bisnis harus dijalankan secara bertanggung jawab dan transparan, khususnya dalam penentuan harga, perolehan keuntungan, dan kejelasan akad, serta menghindari praktik penipuan dan ketidakjelasan meskipun dalam persaingan usaha. Dalam kegiatan berdagang, amanah diwujudkan melalui kesesuaian antara ucapan dan tindakan, ketepatan dalam timbangan, kualitas barang yang dijual, serta komitmen terhadap pelayanan yang baik. Pada penelitian ini, prinsip amanah penting karena pedagang yang berpindah lokasi harus tetap menjaga kepercayaan pelanggan lama maupun pelanggan baru. Strategi adaptasi yang dilakukan pedagang akan bernilai positif apabila disertai sikap tanggung jawab dalam menjalankan usaha.

4) Prinsip Kemanfaatan (*mashlahah*).

Prinsip *mashlahah* mengarahkan aktivitas ekonomi agar tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memberikan manfaat bagi diri sendiri maupun pihak lain serta menghindari terjadinya mudarat. Dalam konteks penelitian ini, nilai *mashlahah* tercermin dari upaya pedagang melakukan berbagai strategi adaptasi untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dan memulihkan kondisi pendapatan tanpa mengabaikan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Pedagang tetap menjaga kualitas barang dagangan, memberikan pelayanan yang baik, menetapkan harga secara wajar, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Dengan demikian, strategi adaptasi yang dilakukan tidak hanya memberikan manfaat

bagi pedagang dalam mempertahankan usahanya, tetapi juga memberikan manfaat bagi pelanggan melalui aktivitas perdagangan yang jujur, adil, dan bertanggung jawab sehingga sejalan dengan tujuan ekonomi syariah dalam mewujudkan kemaslahatan.⁶⁷

Sebagai masyarakat yang mayoritas beragama Islam, aktivitas perdagangan yang dilakukan pedagang idealnya tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi semata, tetapi juga memperhatikan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Dalam konteks ini, kegiatan usaha dipahami sebagai bagian dari praktik muamalah yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan materi, tetapi juga memperhatikan aspek moral, etika, dan tanggung jawab sosial dalam setiap proses kegiatan usaha.⁶⁸ Hal ini menjadikan ekonomi syariah sebagai sistem yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga apalikatif dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas perdagangan. Dengan demikian, strategi adaptasi yang dilakukan pedagang dalam menghadapi perubahan kondisi usaha pasca relokasi tidak hanya berperan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha dan mendukung pemulihan kondisi pendapatan, tetapi juga menunjukkan penerapan nilai-nilai ekonomi syariah dalam aktivitas perdagangan.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan uraian mengenai konsep-konsep utama yang terdapat dalam judul penelitian untuk memberikan batasan pengertian terhadap istilah yang digunakan. Penjelasan ini penting agar tidak terjadi perbedaan penafsiran

⁶⁷ Tate Agape Bawana et al., *Pemasaran Syariah (Teori Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam)* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2023), 37–40.

⁶⁸ Nabila Rasha and Arizul Suwar, “Konsep Etika Bisnis Islam Dalam Penguatan UMKM: Relevansi, Tantangan, Dan Model Implementasi,” *AL-UKHWAH-Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 4, no. 1 (2025): 97.

terhadap makna judul penelitian. Dalam penelitian kualitatif, kerangka konseptual berfungsi memperjelas fokus penelitian melalui penegasan arti istilah sesuai konteks yang akan diteliti. Oleh karena itu, istilah-istilah dalam judul penelitian yang memiliki makna luas, multiinterpretasi, atau membutuhkan penegasan makna perlu dijelaskan berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dan didukung dengan pemahaman akademik yang relevan.

1. Strategi Adaptasi

Strategi adaptasi merupakan serangkaian upaya atau tindakan yang dilakukan individu maupun kelompok untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan kondisi lingkungan agar mampu mempertahankan keberlangsungan aktivitasnya. Dalam penelitian ini, strategi adaptasi dimaknai sebagai berbagai upaya yang dilakukan pedagang pasca relokasi, seperti meningkatkan pelayanan kepada pembeli, menyesuaikan harga, menjaga kualitas barang dagangan, melakukan promosi, membangun kerja sama dengan sesama pedagang, serta berbagai bentuk penyesuaian lainnya untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dan pendapatan.

2. Dampak

Dampak merupakan perubahan atau akibat yang timbul sebagai konsekuensi dari suatu kebijakan, tindakan, atau peristiwa. Dalam penelitian ini, dampak dimaksudkan sebagai perubahan yang terjadi pada pendapatan pedagang setelah melakukan strategi adaptasi pasca relokasi, baik berupa peningkatan, penurunan, maupun keadaan pendapatan yang relatif tetap.

3. Pendapatan

Pendapatan merupakan penerimaan yang diperoleh seseorang atau pelaku usaha dari hasil kegiatan ekonomi dalam periode tertentu. Dalam penelitian ini,

pendapatan dimaksudkan sebagai penerimaan yang diperoleh pedagang dari aktivitas berdagang di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare setelah relokasi, yang dilihat berdasarkan perubahan pendapatan sebelum relokasi, pada awal relokasi, dan setelah pedagang melakukan strategi adaptasi.

4. Pasca Relokasi

Pasca berarti sesudah atau setelah, sedangkan relokasi berarti pemindahan tempat atau pemindahan ke tempat lain. Dengan demikian, pasca relokasi berarti keadaan yang terjadi setelah adanya proses pemindahan tempat dari lokasi lama ke lokasi baru. Dalam penelitian ini, pasca relokasi dimaksudkan sebagai kondisi setelah pedagang dipindahkan dari area berdagang sebelumnya menuju lokasi baru yang telah disediakan pemerintah di kawasan Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, sehingga menimbulkan perubahan pola usaha, jumlah pelanggan, dan kondisi pendapatan.

5. Tinjauan Ekonomi Syariah

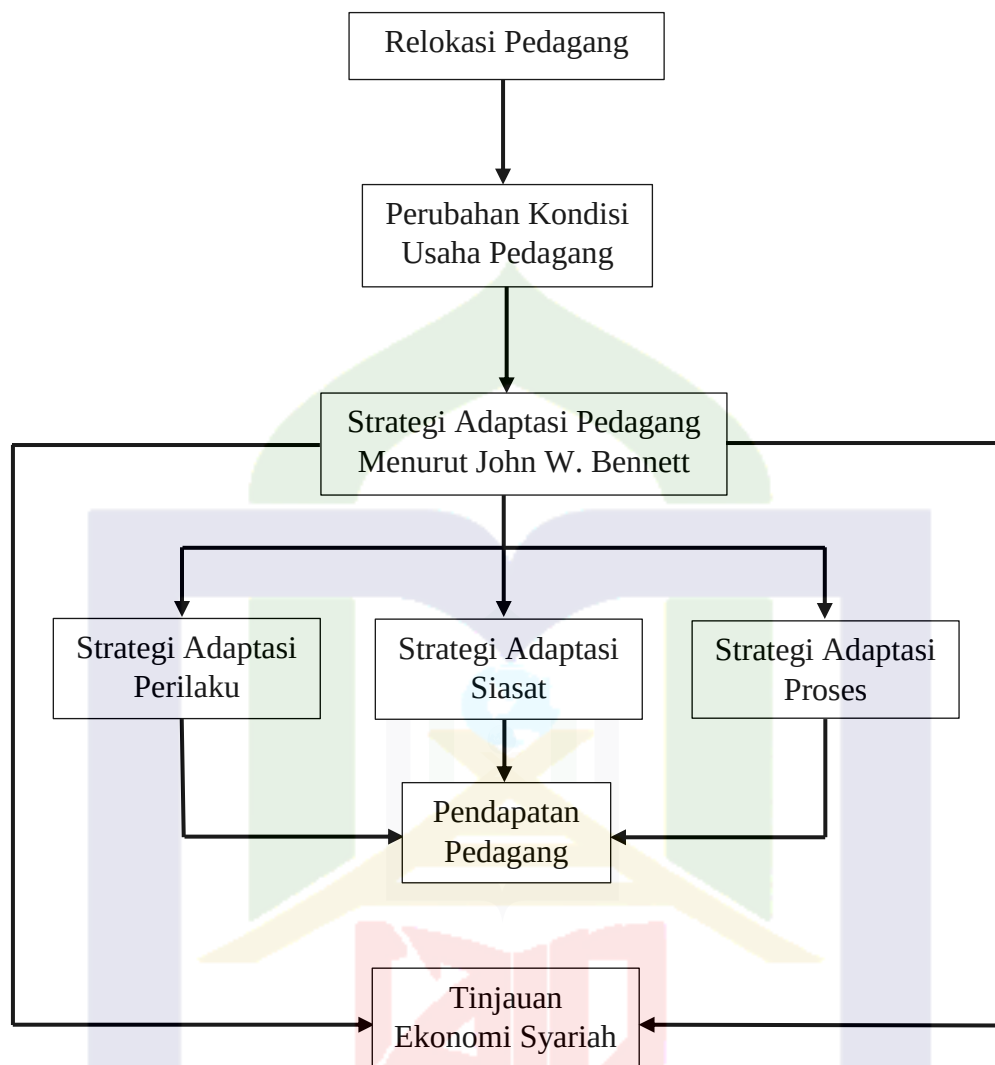
Tinjauan adalah hasil meninjau, pandangan, pendapat, atau pemeriksaan yang teliti terhadap suatu hal. Sementara itu, ekonomi syariah adalah sistem ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariat Islam dalam kegiatan ekonomi dan perdagangan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, *ijma'*, dan *qiyas*. Dalam penelitian ini, tinjauan ekonomi syariah dimaksudkan sebagai sudut pandang untuk menganalisis strategi adaptasi yang dilakukan pedagang setelah relokasi serta dampaknya terhadap pendapatan, dengan memperhatikan praktik perdagangan yang diterapkan dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan pengertian konseptual di atas, maka yang dimaksud dalam judul penelitian “Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca

Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)” adalah berbagai langkah, cara, dan upaya yang dilakukan pedagang Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan kondisi usaha setelah pemindahan tempat berdagang, serta keterkaitannya terhadap kondisi pendapatan pedagang yang diperoleh, yang selanjutnya dianalisis berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan keberkahan dalam usaha.

D. Kerangka Pikir

Relokasi pedagang menyebabkan perubahan kondisi lingkungan usaha yang memengaruhi aktivitas ekonomi mereka. Perubahan ini mendorong pedagang untuk melakukan strategi adaptasi sebagai bentuk penyesuaian. Strategi adaptasi tersebut meliputi adaptasi perilaku, siasat, dan proses, yang masing-masing mencerminkan cara pedagang dalam merespons perubahan. Strategi adaptasi yang dilakukan pedagang memiliki hubungan dengan pendapatan, karena perbedaan kemampuan dalam menyesuaikan diri akan berdampak pada tingkat penjualan, keuntungan, dan kestabilan penghasilan. Dalam penelitian ini, perspektif ekonomi syariah digunakan untuk menganalisis strategi adaptasi pedagang, khususnya dalam menilai apakah strategi yang dilakukan telah sesuai dengan prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kemaslahatan, serta tidak mengandung unsur yang dilarang dalam Islam.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pedoman penulisan karya ilmiah yang diterbitkan IAIN Parepare. Bagian ini menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.⁶⁹

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif menghasilkan data berupa kata-kata, baik lisan maupun tertulis, yang diperoleh dari subjek dan peristiwa yang diteliti. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena penelitian secara sistematis dan mendalam berdasarkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, tanpa menggunakan analisis angka.⁷⁰ Melalui penelitian ini diharapkan dapat mengetahui strategi adaptasi pedagang dan dampaknya terhadap pendapatan pasca relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dimana peneliti harus terjun langsung ke lapangan, terlibat dengan masyarakat setempat dan memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang situasi yang ada di lapangan.

⁶⁹ Fikri, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2023* (IAIN Parepare Nusantara Press, 2023), 19.

⁷⁰ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), 37.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Sentral Lakessi yang berlokasi di Jl. Lasinrang, Kelurahan Lakessi, Kecamatan Soreang, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian dalam kurun waktu lebih 1 bulan lamanya dari tanggal 23 April 2026 hingga 26 Mei 2026 yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian yang dimana kegiatannya meliputi: persiapan (pengajuan proposal penelitian), pelaksanaan (pengumpulan data), pengolahan data, analisis data hingga penarikan kesimpulan.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian perlu ditetapkan sejak awal karena berfungsi memberikan batasan terhadap aspek-aspek yang akan diteliti. Fokus yang jelas membantu peneliti menentukan arah selama proses penelitian, terutama pada tahap pengumpulan data, agar informasi yang diperoleh benar-benar relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, pembatasan masalah dilakukan berdasarkan tingkat kepentingan dan relevansi terhadap isu utama yang ingin dikaji, serta untuk memastikan keandalan data. Pada penelitian ini, permasalahan dibatasi pada tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi adaptasi pedagang dan dampaknya terhadap pendapatan pasca relokasi di Pasar Sentral Lakessi. Dengan demikian, penelitian hanya berfokus pada bagaimana pedagang membangun strategi adaptasi setelah relokasi, bagaimana strategi tersebut memengaruhi pendapatan mereka, dan bagaimana strategi adaptasi

ini dinilai berdasarkan prinsi-prinsip ekonomi syariah, tanpa membahas aspek-aspek lain di luar ruang lingkup tersebut.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data yang diambil oleh peneliti secara langsung dari objek penelitiannya, tanpa diperantarai oleh pihak ketiga, keempat, dan seterusnya. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari informan yang secara langsung diperoleh melalui kegiatan wawancara, catatan lapangan, rekaman suara, dokumen pribadi, serta hasil pengamatan di lapangan atau objek penelitian.⁷¹ Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara mendalam terhadap pedagang yang telah direlokasi. Adapun pedagang yang diwawancarai yaitu pedagang sayuran, pedagang bawang, pedagang buah-buahan, dan pedagang rempah-rempah.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh setelah mendapatkan sumber data primer. Sumber data primer dapat berperan membantu mengungkapkan data yang diharapkan. Sumber data sekunder yang nantinya akan didapatkan melalui buku-buku, majalah, jurnal, internet (*google*), dan lain sebagainya yang berkaitan dengan tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi adaptasi pedagang dan dampaknya terhadap pendapatan pasca relokasi.

⁷¹ Victorianus Aries Siswanto, *Strategis Dan Langkah-Langkah Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 58.

E. Teknik Pengumpulan Data

Suatu penelitian perlu menggunakan metode pengumpulan data yang tepat. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh objektif. Melihat permasalahan yang akan diteliti, maka dalam hal ini penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan datanya, yaitu sebagai berikut:

1. Observasi/Pengamatan

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja melalui proses pengamatan dan pendekatan terhadap gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian.⁷² Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati dan mencatat suatu peristiwa dengan penyaksian langsung. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi pasif, yaitu penelitian yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terkait dengan masalah pedagang pasca relokasi. Selanjutnya akan dicatat data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik ini dilakukan untuk menghindari keraguan peneliti pada data yang dikumpulkan karena diamati berdasarkan kondisi nyata di lapangan.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan informasi-informasi yang diberikan.⁷³ Wawancara dilakukan yaitu dengan mendatangi informan yang kemudian melalui *face to face* peneliti akan

⁷² H. B Sutopo, *Penelitian Kualitatif: Dasar Teori Dan Terapannya Dalam Penelitian* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006), 78.

⁷³ Djam'an Satori and Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta 2009), 130.

bertanya untuk memperoleh informasi kepada informan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. Untuk memperlancar wawancara, hal-hal yang dipersiapkan peneliti antara lain adalah: (1) menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada informan, (2) menyiapkan perlengkapan wawancara seperti catatan-catatan dan alat tulis menulis, (3) menyeleksi individu yang akan diwawancarai yaitu dengan mencari informan yang benar-benar dapat dipercaya untuk menjawab pertanyaan yang akan diajukan. Adapun informan yang hendak diwawancarai terdiri dari sepuluh orang pedagang yang telah menempati lokasi usaha yang baru pasca relokasi dan benar-benar terlibat langsung dengan fenomena. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan meliputi: (1) pedagang yang aktif berjualan sebelum dan sesudah relokasi; dan (2) pedagang dari berbagai jenis komoditas.

3. Dokumentasi

Dokumentasi sering digunakan dalam pengumpulan data. Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting, baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi dalam penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Menurut Sugiyono, dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁷⁴ Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk memperoleh data berupa foto kondisi tempat berdagang pedagang sebelum dan sesudah relokasi, aktivitas jual beli, serta situasi di sekitar lokasi penelitian. Selain itu, dokumentasi juga dimanfaatkan untuk memperoleh data pendukung berupa arsip,

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 172.

dokumen, atau informasi yang berkaitan dengan Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare dan pelaksanaan relokasi pedagang. Dokumentasi tersebut berfungsi sebagai bukti pendukung yang melengkapi hasil observasi dan wawancara sehingga data penelitian menjadi lebih lengkap, jelas, dan dapat dipercaya.

F. Teknik Pengelolaan Data

Setelah data-data yang diperlukan sudah tergali dan terkumpul, maka langkah selanjutnya mengolah data tersebut menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Pemeriksaan data (*Editing*)

Pemeriksaan data adalah meneliti data-data yang telah diperoleh, terutama dari kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan, kejelasan makna, kesesuaian dan relevansinya dengan data yang lain.⁷⁵

2. Klasifikasi (*Classifying*)

Klasifikasi adalah proses pengelompokan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subyek penelitian, pengamatan dan pencatatan langsung di lapangan atau observasi. Seluruh data yang didapat tersebut dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai kebutuhan. Hal ini dilakukan agar data yang telah diperoleh menjadi mudah dibaca dan dipahami, serta memberikan informasi yang objektif yang diperlukan oleh peneliti. Kemudian data-data tersebut dipilah dalam bagian-bagian yang memiliki persamaan berdasarkan data yang diperoleh pada saat wawancara dan observasi serta data yang diperoleh dari dokumen.

⁷⁵ Cholid Narbuko and Abu Achmadi, *Metode Penelitian* (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 2005): 85.

3. Verifikasi (*Verifying*)

Verifikasi adalah proses memeriksa data dan informasi yang telah didapat dari lapangan agar validitas data dapat diakui dan digunakan dalam penelitian.

4. Kesimpulan (*Concluding*)

Selanjutnya adalah kesimpulan sebagai langkah terakhir dalam proses pengolahan data. Kesimpulan inilah yang nantinya akan menjadi sebuah data terkait dengan objek penelitian peneliti.⁷⁶

G. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian sesuai dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan sehingga dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Dalam penelitian kualitatif, salah satu cara untuk menguji keabsahan data adalah melalui uji *credibility* atau tingkat kepercayaan terhadap data penelitian. Uji *credibility* dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber atau teknik pengumpulan data.⁷⁷

Dalam penelitian ini, triangulasi yang digunakan yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

⁷⁶ J Moleong Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda Karya, 2002), 104–105.

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 180.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses menyusun dan mengolah data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi secara sistematis. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sejak peneliti memasuki lapangan hingga seluruh proses pengumpulan data selesai. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data interaktif (*interactive model analysis*). Menurut Miles dan Huberman, model analisis interaktif terdiri dari tiga komponen utama, yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan tahap awal dalam analisis data kualitatif yang meliputi proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan pengabstraksian data yang diperoleh dari lapangan. Proses ini bertujuan untuk menyeleksi informasi yang relevan, membuang data yang tidak diperlukan, serta menyusun data agar lebih terarah sesuai dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, reduksi data dilakukan dengan memilah hasil wawancara dan dokumentasi berdasarkan topik penelitian. Melalui proses ini, data yang telah disaring diharapkan dapat menghasilkan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti dalam tahap selanjutnya, yaitu penyajian data.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Penyajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian data ini disusun berdasarkan pokok-pokok yang terdapat dalam reduksi data, dan disajikan dengan menggunakan kalimat dan bahasa peneliti yang merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga

bila dibaca akan mudah dipahami. Penyajian data dalam penelitian ini akan dilakukan berdasarkan hasil dari reduksi data sebelumnya kemudian data tersebut disajikan dalam bentuk penjelasan maupun dalam bentuk gambar, tabel, dll.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Setelah data disajikan, tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Sejak awal proses pengumpulan data, peneliti telah berupaya memahami makna dari berbagai temuan melalui pencatatan pola, pernyataan, hubungan sebab-akibat, serta berbagai kemungkinan yang muncul di lapangan. Melalui observasi dan catatan lapangan, peneliti mengidentifikasi permasalahan yang kemudian menjadi dasar dilakukannya penelitian ini. Kesimpulan yang diperoleh didasarkan pada hasil pengumpulan data, catatan lapangan, serta pemahaman peneliti terhadap fenomena yang diteliti. Agar kesimpulan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan, diperlukan proses verifikasi melalui penelusuran kembali data dan peninjauan ulang catatan lapangan. Proses ini dilakukan untuk memastikan bahwa temuan yang disajikan benar-benar sesuai dengan data yang diperoleh. Demikian pula dalam penelitian ini, kesimpulan ditarik berdasarkan informasi yang telah disajikan dan diverifikasi secara cermat.⁷⁸

⁷⁸ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), 40.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Strategi Adaptasi Pedagang Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pedagang yang terdampak relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, diketahui bahwa perpindahan lokasi berjualan dari area luar pasar menuju area yang berada di dalam kawasan pasar menyebabkan terjadinya berbagai perubahan dalam aktivitas perdagangan yang dijalankan. Meskipun relokasi tersebut masih berada dalam satu kawasan pasar yang sama, perubahan lokasi berdagang mengharuskan pedagang menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan usaha yang berbeda dari sebelumnya.

Sebagian besar informan mengungkapkan bahwa pada masa awal relokasi mereka mengalami berbagai kendala, terutama berkurangnya jumlah pembeli karena pelanggan lama belum mengetahui lokasi baru tempat mereka berjualan. Selain itu, beberapa pedagang juga mengungkapkan bahwa posisi lapak yang baru memiliki karakteristik yang berbeda dengan lokasi sebelumnya, baik dari segi arus lalu lintas pembeli, luas tempat berjualan, maupun tingkat keramaian pasar sehingga menyebabkan pedagang harus menyesuaikan kembali cara berdagang yang selama ini mereka lakukan. Dalam menghadapi kondisi tersebut, pedagang melakukan berbagai bentuk penyesuaian agar tetap dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Berdasarkan hasil penelitian, bentuk penyesuaian tersebut dapat dilihat melalui

adaptasi perilaku (*adaptive behavior*), adaptasi siasat (*adaptive strategy*), dan adaptasi proses (*adaptive process*).

a. Adaptasi Perilaku Pedagang Pasca Relokasi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada para pedagang di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, ditemukan bahwa relokasi pedagang dari area luar pasar menuju area yang berada di dalam pasar menyebabkan terjadinya perubahan perilaku dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Perubahan tersebut muncul sebagai bentuk penyesuaian terhadap lingkungan usaha yang baru. Sebelum relokasi, sebagian besar pedagang mengaku tidak perlu melakukan banyak upaya untuk menarik perhatian pembeli karena lokasi berjualan mereka berada pada area yang lebih mudah dijangkau dan ramai dilalui pengunjung pasar. Namun setelah menempati lokasi baru, pedagang merasakan berkurangnya jumlah pembeli yang melintas sehingga mereka harus menyesuaikan cara berinteraksi dengan konsumen agar tetap dapat mempertahankan usahanya.

Salah satu bentuk adaptasi perilaku yang dilakukan pedagang adalah menjadi lebih aktif dalam berkomunikasi dengan pembeli. Jika sebelumnya pedagang lebih banyak menunggu pembeli datang ke lapak, setelah relokasi mereka mulai berinisiatif menyapa, memanggil, dan menawarkan barang dagangan secara langsung kepada calon pembeli yang melintas.

Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Reva selaku pedagang sayuran yang menyatakan:

“Yah pastinya kita harus lebih aktif memanggil atau menyapa pembeli supaya bisa datang ditempat karena susah sekali pembeli didepan.”⁷⁹

⁷⁹ Reva, Pedagang Sayuran di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

Berdasarkan hasil wawancara penelitian, dapat dijelaskan bahwa pedagang berupaya lebih aktif menyapa dan memanggil pembeli setelah relokasi. Langkah tersebut dilakukan karena jumlah pembeli yang melewati lokasi baru tidak sebanyak saat pedagang masih berjualan di lokasi sebelumnya. Oleh karena itu, pedagang tidak hanya menunggu pembeli datang, tetapi juga berusaha menarik perhatian konsumen melalui komunikasi secara langsung.

Hal serupa juga dikatakan oleh Bapak Sunardi selaku pedagang buah-buahan yang menyatakan:

“Sekarang saya nak lebih aktif ka tawarkan jualanku ke pembeli. Kalau dulu pembeli yang datang sendiri karena tempat ramai, sekarang harus lebih aktif menyapa dan menawarkan buah yang saya jual.”⁸⁰

Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa pedagang tidak lagi hanya menunggu pembeli datang, tetapi mulai menawarkan barang dagangannya secara langsung. Menurut informan, cara tersebut dilakukan untuk menarik minat pembeli di lokasi yang baru.

Pernyataan kedua informan tersebut menunjukkan bahwa relokasi menyebabkan perubahan pada pola interaksi antara pedagang dan konsumen. Menurut informan, lokasi berdagang yang baru membuat jumlah pembeli yang melintas tidak sebanyak ketika masih berjualan di area sebelumnya. Kondisi tersebut mendorong pedagang untuk lebih aktif dalam menarik perhatian konsumen melalui komunikasi langsung. Aktivitas menyapa dan menawarkan barang yang sebelumnya tidak terlalu sering dilakukan kini menjadi bagian penting dalam aktivitas berdagang sehari-hari.

⁸⁰ Sunardi, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa perubahan perilaku tidak hanya dialami oleh satu pedagang, tetapi juga ditemukan pada pedagang lainnya yang mengalami kondisi serupa setelah relokasi. Bagi informan, menyapa pembeli merupakan langkah awal untuk membangun komunikasi dan menciptakan kedekatan dengan pembeli. Melalui interaksi tersebut, pedagang berharap dapat meningkatkan ketertarikan pembeli terhadap barang yang dijual sekaligus menciptakan peluang terjadinya transaksi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perubahan perilaku pedagang tidak hanya terlihat dari meningkatnya intensitas komunikasi, tetapi juga dari upaya memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pembeli. Pedagang tidak hanya berusaha menarik perhatian pembeli, tetapi juga berupaya menciptakan suasana berbelanja yang nyaman sehingga pembeli merasa dihargai dan dilayani dengan baik.

Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Dina selaku pedagang bawang mengungkapkan:

“Kita harus layani pembeli dengan baik, ramah, dan sopan supaya itu juga pembeli e merasa senang i kalau belanja ditempat ta tidak takut takut begitu bertanya tentang jualan yang dijual.”⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara penelitian, dapat dijelaskan bahwa pelayanan yang baik dianggap penting oleh pedagang dalam mempertahankan pelanggan setelah relokasi. Sikap ramah dan sopan dinilai dapat memberikan kenyamanan kepada pembeli sehingga mereka merasa lebih leluasa saat berbelanja.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Hasna selaku pedagang bawang merah yang mengatakan:

⁸¹ Dina, Pedagang Bawang di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

“Kita harus tetap ramah dan sopan sama pembeli. Pakai kata iye, kita, dan jika perlu kita panggil anak, adek yang penting ramah dan sopan. Walaupun biasa pembeli masih ada yang cuek cuek saja atau kurang puas yang penting kita sudah layani atau menyapa dengan ramah dan sopan.”⁸²

Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa keramahan dan kesopanan dianggap penting dalam melayani pembeli. Penggunaan bahasa yang santun dan akrab membuat pembeli merasa nyaman saat berinteraksi dengan pedagang. Sikap tersebut juga menjadi salah satu cara untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Menurut informan, pelayanan yang baik dapat membuat pembeli merasa nyaman ketika berbelanja.

Temuan yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Dahing selaku pedagang rempah-rempah mengatakan:

“Kalau rempah-rempah itu biasa pembeli tidak selalu beli banyak. Kadang hanya beli sedikit sesuai kebutuhan masakannya. Jadi mau tidak mau nak haruska tetap layani pembeli e dengan baik walaupun pembeli itu biasa ta sedikit ji yang nabeli, karena dari situmi biasanya pembeli kembali lagi dan jadi langganan kalau memang cocok juga narasa itu pembeli.”⁸³

Berdasarkan hasil wawancara penelitian, dapat dijelaskan bahwa pedagang tetap berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pembeli tanpa membedakan jumlah barang yang dibeli. Menurut informan, pelayanan yang baik dapat membuat pembeli kembali berbelanja dan menjadi pelanggan tetap.

Meskipun sebagian besar pedagang melakukan bentuk adaptasi perilaku yang relatif sama, tingkat keberhasilannya tidak selalu seragam. Perbedaan lokasi lapak, jenis dagangan, serta jumlah pelanggan yang dimiliki sebelum relokasi turut memengaruhi kemampuan pedagang dalam menarik kembali pembeli. Dengan

⁸² Hasna, Pedagang Bawang Merah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara*, di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

⁸³ Dahing, Pedagang Rempah-Rempah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

demikian, perubahan perilaku yang dilakukan pedagang dapat membantu proses penyesuaian terhadap lingkungan usaha yang baru, namun efektivitasnya tetap dipengaruhi oleh kondisi masing-masing usaha.

b. Adaptasi Siasat Pedagang Pasca Relokasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selain melakukan perubahan perilaku dalam berinteraksi dengan pembeli, para pedagang juga melakukan berbagai upaya yang lebih terencana untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya setelah relokasi. Berkurangnya jumlah pembeli pada masa awal relokasi mendorong pedagang untuk mencari berbagai cara agar usaha yang dijalankan tetap dapat bertahan meskipun harus beradaptasi dengan lokasi berdagang yang baru. Berbagai upaya tersebut dilakukan berdasarkan pengalaman, kondisi usaha masing-masing, serta kemampuan pedagang dalam menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi.

Salah satu bentuk upaya penyesuaian yang dilakukan pedagang adalah penyesuaian terhadap harga jual sebagai upaya untuk mempertahankan pelanggan dan menarik minat pembeli di tengah menurunnya jumlah pengunjung pasar setelah relokasi. Perubahan kondisi pasar menyebabkan pedagang harus lebih memperhatikan kemampuan beli konsumen agar barang yang dijual tetap diminati.

Hal tersebut diungkapkan oleh Reva selaku pedagang sayuran yang mengatakan:

“Yah itu dikasi harga murah supaya bisa jadi langganan terus supaya bisa juga tambah-tambah lagi langganan baruta to. Seperti itu kan biasanya orang orang menjual satu satu atau masing masing seperti kentang, wortel, dll sekarang saya itu sejadikan sop sop-an i dalam satu kantong adami wortelnya, kentangnya, dll.”⁸⁴

⁸⁴ Reva, Pedagang Sayuran di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

Berdasarkan hasil wawancara penelitian, dapat dijelaskan bahwa pedagang berupaya menarik dan mempertahankan pelanggan dengan memberikan harga yang lebih terjangkau. Selain itu, pedagang juga melakukan inovasi dengan mengemas beberapa jenis bahan masakan, seperti wortel, kentang, dan sayuran lainnya ke dalam satu kemasan sehingga lebih praktis bagi pembeli. Upaya tersebut dilakukan untuk meningkatkan minat pembeli sekaligus mempertahankan pelanggan setelah relokasi.

Hal yang hampir sama juga dilakukan oleh Rika selaku pedagang buah-buahan yang menyatakan:

“Dikasi turun harganya supaya cepat laku karena begini juga tidak bisa tahan lama seperti buah papaya kalau tinggal lama itu biasa ulakan jadi dibuang sajami biasa kalau begitu karena tidak mungkin mi lagi mau dijual terus.”⁸⁵

Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa penyesuaian harga dilakukan agar barang dagangan lebih cepat terjual. Menurut informan, cara tersebut juga dapat mengurangi risiko kerugian akibat buah yang tidak dapat disimpan terlalu lama atau buah itu mudah rusak.

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Suri selaku pedagang campuran yang mengatakan:

“Harganya juga saya sesuaikan sama pembeli atau saya jual murah biasa nak karena biar mau dijual mahal kalau tidak ada pembeli susah juga untuk laku dan biar dijual murah yang penting ada terjual itu saja prinsip ku sekarang nak.”⁸⁶

⁸⁵ Rika, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

⁸⁶ Suri, Pedagang Campuran di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

Sementara itu, Ibu Dahing selaku pedagang rempah-rempah mengungkapkan:

“Yah saya sesuaikan harga jualan sama kondisi pembeli. Tidak boleh terlalu mahal karena sekarang pembeli juga berkurang. Yang penting barang laku dan modal kembali dulu supaya ada dipakai lagi memutar.”⁸⁷

Dari hasil wawancara para informan tersebut diketahui bahwa pedagang menyesuaikan harga jual dengan kondisi pasar dan kemampuan pembeli. Bagi informan, yang terpenting adalah barang dagangan tetap terjual dan modal usaha dapat kembali. Oleh karena itu, harga jual disesuaikan agar barang dagangan tetap diminati dan dapat terjual secara berkelanjutan.

Temuan yang sama juga disampaikan oleh Ibu Hasna selaku pedagang bawang merah yang mengungkapkan:

“Kalau saya yah janganmi dulu cari untung banyak-banyak begitu yang penting kembali dulu modalku supaya ada lagi sepakai untuk memutar beli barang.”⁸⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, penyesuaian harga dilakukan sebagai strategi untuk menjaga keberlangsungan usaha setelah relokasi. Pedagang lebih mengutamakan perputaran modal, mempertahankan pelanggan, dan menjaga daya beli masyarakat dibandingkan memperoleh keuntungan yang besar dalam waktu singkat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyesuaian harga tidak selalu dilakukan dengan menurunkan harga secara besar-besaran. Sebagian pedagang hanya melakukan penyesuaian pada kondisi tertentu, seperti ketika jumlah pembeli sedang menurun atau ketika barang dagangan perlu segera dipasarkan. Temuan ini

⁸⁷ Dahing, Pedagang Rempah-Rempah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

⁸⁸ Hasna, Pedagang Bawang Merah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

menunjukkan bahwa penyesuaian harga dilakukan secara fleksibel sesuai dengan kondisi usaha, karakteristik barang dagangan, serta situasi perdagangan yang dihadapi oleh masing-masing pedagang setelah relokasi.

Selain melakukan penyesuaian harga, sebagian pedagang juga berusaha mempertahankan pelanggan melalui pemberian bonus maupun tambahan barang kepada pembeli tertentu. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus menjaga hubungan baik dengan konsumen yang telah menjadi pelanggan tetap.

Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Sakka selaku pedagang buah-buahan yang menjelaskan:

“Kadang juga itu nak saya kasi bonus buah ta satu biji sama pembeli e yang sering belanja supaya tertarik lagi untuk selalu beli ditempatku to dan juga disini bisa cari lagi pembeli baru kalau belanjai kasikan bonus supaya bisa i nanti menjadi pelanggan tetapku lagi.”⁸⁹

Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa pemberian bonus dilakukan untuk mempertahankan pelanggan sekaligus menarik pembeli baru. Melalui cara tersebut, informan berharap pembeli yang merasa puas dan dihargai dapat kembali berbelanja di tempat yang sama.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Hj. Darmawati selaku pedagang buah nanas yang mengatakan:

“Kita kasih potongan harga dan bonus atau tambahan jika beli banyak supaya tambah lagi pembeli baru dan bisa jadi langganan dan mau datang lagi membeli ditempatta.”⁹⁰

⁸⁹ Sakka, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

⁹⁰ Hj. Darmawati, Pedagang Buah Nanas di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

Ibu Dina selaku pedagang bawang juga mengatakan:

“Saya juga biasa kasi potongan harga atau tambahan ta sedikit kalau beli bawang jika sudah menjadi langganan atau biasa itu ada pembeli yang baru to biasa kutambah tambahkan mi juga walaupun biasa ta sedikitji kutambahkan yang penting ada supaya itu pembeli e merasa puas belanja ditempatta dan mau lagi kembali datang.”⁹¹

Berdasarkan hasil wawancara, pemberian bonus dan potongan harga tidak hanya bertujuan menarik minat pembeli, tetapi juga membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Pedagang berharap strategi tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali berbelanja, sehingga menjadi salah satu upaya mempertahankan usaha setelah relokasi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian pedagang mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi setelah relokasi berlangsung. Sebelum relokasi, sebagian besar pedagang mengaku tidak terlalu memanfaatkan media sosial karena pelanggan sudah mengetahui lokasi tempat mereka berjualan. Namun setelah berpindah lokasi, media sosial mulai digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan kembali usaha yang mereka jalankan sekaligus menginformasikan lokasi berjualan yang baru. Seperti yang diungkapkan oleh Rika selaku pedagang buah-buahan:

“Dulu saya tidak pernah promosikan jualanku lewat media sosial karena pembeli memang sudah banyak. Sekarang saya mencoba untuk promosikan i lewat WhatsApp dan Facebook supaya orang tahu kalau saya masih berjualan. Dan dari sini biasa ada pelanggan ku lihat karena biasa tiba-tiba lewat dihpnya jadi na hubungima. Itu saja kak kalau saya promosi di WhatsApp atau Facebook, foto yang dikirim atau yang saya upload itu sesuai dengan kondisi

⁹¹ Dina, Pedagang Bawang di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

barang yang ada atau asli supaya pembeli tidak kecewa kalau datang membeli.”⁹²

Berdasarkan hasil wawancara penelitian, dapat dijelaskan bahwa media sosial dimanfaatkan pedagang untuk memperkenalkan kembali usaha yang dijalankan setelah relokasi. Melalui WhatsApp dan Facebook, pedagang dapat menyampaikan informasi mengenai barang dagangan yang tersedia sekaligus memberitahukan lokasi berjualan yang baru kepada pelanggan.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Dina selaku pedagang bawang yang mengatakan:

“Kemarin itu dek saya tidak pernah promosikan i jualanku di WhatsApp atau di Facebook tapi sekarang saya promosikan mi karena masih sepi biasa pembeli jadi adatu kalau sambil dijual dipasar sambil diposting juga disosmed apalagi saya juga disini bongkar muat meka tidak menjual terusma kayak kemarin pas sebelum dikasi pindahka. Tapi itu saya foto sesuai dengan kondisi jualanku. Karena ada biasa itu orang kalau na promosikan jualannya di sosmed biasa foto lama jadi orang kalau datangmi beli biasa tidak sesuaimi dengan foto yang na upload. Jadi kalau saya haruski jujur tampilkan barang dagangan ta sesuai dengan aslinya kalau di foto i.”⁹³

Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa promosi melalui media sosial dilakukan sebagai upaya untuk menjangkau lebih banyak pembeli. Selain berjualan secara langsung di pasar, pedagang juga memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi mengenai barang dagangannya.

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian pedagang memanfaatkan media sosial, terutama WhatsApp dan Facebook, sebagai sarana promosi setelah relokasi. Melalui media sosial, pedagang menginformasikan barang dagangan dan lokasi berjualan kepada pelanggan. Meskipun tidak semua pedagang menggunakannya

⁹² Rika, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

⁹³ Dina, Pedagang Bawang di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

secara aktif, media sosial menjadi salah satu bentuk adaptasi yang membantu pedagang menjangkau pelanggan dan menyampaikan informasi mengenai usahanya.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pedagang melakukan penataan ulang barang dagangan sebagai salah satu bentuk adaptasi setelah relokasi. Perubahan lokasi berjualan mendorong pedagang untuk menyusun kembali barang dagangannya agar terlihat lebih rapi, mudah dilihat, dan menarik perhatian pembeli. Meskipun kondisi tempat berjualan setiap pedagang berbeda, mereka tetap berupaya menciptakan tampilan lapak yang nyaman bagi konsumen.

Hal tersebut diungkapkan oleh Rika selaku pedagang buah-buahan yang menyatakan:

“Itu jadi saya ubah tata letak barangku walaupun sempit tapi harus juga disusun rapi supaya itu pembeli juga bisa tertarik untuk singgah dan puas melihat barang jualan ta kalau rapi susunannya.”⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa pedagang tetap berusaha menata barang dagangan secara rapi meskipun memiliki ruang berjualan yang terbatas. Penataan tersebut dilakukan agar barang lebih mudah dilihat dan mampu menarik perhatian pembeli.

Temuan yang sama juga dilakukan oleh Ibu Hasni selaku pedagang buah dan gula aren yang menyatakan:

“Iya nak, saya itu bukan saja dari caraku menjual saya perhatikan tetapi juga itu susunan barang e kalau dijual apalagi saya nak pakai mobilka begini menjual jadi saya usahakan supaya bisa kelihatan rapi dilihat itu jualan sama pembeli.”⁹⁵

⁹⁴ Rika, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

⁹⁵ Hasni, Pedagang Buah dan Gula Aren di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa penyusunan barang dagangan dilakukan dengan mempertimbangkan kemudahan konsumen dalam melihat produk yang dijual. Bagi pedagang yang menggunakan mobil sebagai tempat berjualan, penataan barang menjadi penting agar barang dagangan tetap terlihat jelas dan mudah dijangkau oleh pembeli.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Hasna selaku pedagang bawang merah yang menyatakan:

“Jadi saya susun baik baikmi lagi letak-letaknya barang jualanku karena lumayan luasmi tempat jualanku sekarang.”⁹⁶

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa kondisi tempat berjualan yang lebih luas dimanfaatkan pedagang untuk mengatur letak barang dagangan dengan lebih baik. Penataan yang lebih teratur memungkinkan barang dagangan terlihat lebih rapi dan memudahkan pembeli dalam mencari produk yang dibutuhkan. Selain itu, lapak yang tertata dengan baik dapat menciptakan kenyamanan bagi konsumen ketika berbelanja.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, penataan barang dagangan dilakukan dengan menyesuaikan kondisi tempat berjualan yang baru. Pedagang berupaya menyusun barang secara lebih rapi, teratur, dan mudah dijangkau oleh pembeli agar lapak terlihat lebih menarik serta memberikan kenyamanan dalam berbelanja. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penataan barang menjadi salah satu strategi yang dilakukan pedagang untuk meningkatkan daya tarik lapak sekaligus memudahkan konsumen mengenali barang yang dijual.

⁹⁶ Hasna, Pedagang Bawang Merah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian pedagang membangun kerja sama dengan sesama pedagang sebagai salah satu upaya untuk mempertahankan aktivitas usahanya setelah relokasi. Kerja sama tersebut dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti saling menjaga lapak ketika pedagang memiliki keperluan tertentu, saling memberikan informasi mengenai barang dagangan, serta saling membantu mengarahkan pembeli yang mencari produk tertentu.

Hal tersebut diungkapkan oleh Reva selaku pedagang sayuran yang menyatakan:

“Iya kita saling kerjasama antar pedagang misalnya biasa itu tiba-tiba ada urusan ta mauki urus ini itu kita suruhmi disampingta untuk minta tolong jagakan dulu.”⁹⁷

Berdasarkan hasil wawancara penelitian, dapat dijelaskan bahwa kerja sama antar pedagang dilakukan melalui saling membantu menjaga lapak ketika salah satu pedagang memiliki keperluan tertentu. Bantuan tersebut memudahkan pedagang untuk menyelesaikan urusannya tanpa harus meninggalkan barang dagangan dalam keadaan tidak terawasi.

Selain itu, Ibu Hasna selaku pedagang bawang merah menjelaskan:

“Jadi yah itu kalau saya sesama pedagang saling memberi tahu jika ada barang jualan yang kita punya. Diberi tahu misalnya oh disana ada dijual seperti ini dll saling memberi tahu dan menyampaikan.”⁹⁸

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kerja sama juga dilakukan melalui pertukaran informasi mengenai ketersediaan barang dagangan. Informasi tersebut

⁹⁷ Reva, Pedagang Sayuran di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

⁹⁸ Hasna, Pedagang Bawang Merah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

membantu pedagang memenuhi kebutuhan pembeli sekaligus memperkuat hubungan saling mendukung antarpedagang di lingkungan pasar.

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Hasni selaku pedagang buah dan gula aren yang menyatakan:

“Kami saling membantu sesama pedagang. Kalau ada pembeli yang mencari barang tertentu biasanya kami saling mengarahkan. Selain itu kami juga disini nak saling menjaga jualan kalau ada biasa yang keluar sebentar.”⁹⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, kerja sama antarpedagang tidak hanya diwujudkan melalui saling menjaga lapak, tetapi juga melalui pertukaran informasi mengenai barang dagangan dan saling mengarahkan pembeli kepada pedagang lain ketika barang yang dicari tidak tersedia. Temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antarpedagang tidak hanya bersifat kompetitif, tetapi juga dibangun atas dasar kerja sama yang saling menguntungkan sehingga dapat membantu memenuhi kebutuhan pembeli sekaligus mendukung keberlangsungan usaha setelah relokasi.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, adaptasi siasat yang dilakukan pedagang pasca relokasi menunjukkan adanya berbagai upaya penyesuaian strategi usaha sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masing-masing pedagang. Meskipun bentuk strategi yang diterapkan berbeda, seluruhnya memiliki tujuan yang sama, yaitu mempertahankan keberlangsungan usaha, menjaga hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan peluang memperoleh pembeli di lokasi yang baru.

⁹⁹ Hasni, Pedagang Buah dan Gula Aren di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

c. Adaptasi Proses Pedagang Pasca Relokasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adaptasi proses pedagang pasca relokasi berlangsung secara bertahap dan tidak terjadi dalam waktu yang singkat. Relokasi pedagang dari area luar menuju area yang berada di dalam Pasar Sentral Lakessi mengharuskan para pedagang menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan usaha yang baru. Proses penyesuaian tersebut tidak hanya berkaitan dengan perubahan lokasi berdagang, tetapi juga mencakup perubahan dalam memahami kondisi pasar, pola pembelian konsumen, serta cara mempertahankan keberlangsungan usaha setelah relokasi.

Pada tahap awal relokasi, sebagian pedagang menunjukkan respons berupa ketidaksetujuan dan kekecewaan terhadap kebijakan relokasi yang diterapkan. Kondisi tersebut muncul karena para pedagang telah lama berjualan di lokasi sebelumnya dan merasa bahwa lokasi lama lebih menguntungkan dibandingkan lokasi yang baru ditempati.

Salah seorang informan yaitu Ibu Hasna selaku pedagang bawang merah mengungkapkan:

“Sebenarnya saya orang pertama yang menolak dan tidak menyetujui kebijakan ini karena saya merasa kecewa sekali dikasi pindah langsung seperti ini alasannya yah itu karena susah lagi memulai dan baruki lagi mau beradaptasi dengan lingkungan disini, pembeli juga tidak semuanya langsung tau to karena otomatis itu dia baru tau oh ternyata ada pale pasar (penjual sayur) didepannya. Jadi kendalanya itu yah orang luar pasti tidak langsung tau bilang ada pale penjual sayur bagian sini karena setau mereka itu hanya dibelakang ji penjual sayur.”¹⁰⁰

Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa pada tahap awal relokasi sebagian pedagang merasa keberatan dan kesulitan menerima perubahan lokasi

¹⁰⁰ Hasna, Pedagang Bawang Merah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

berdagang. Informan mengaku harus kembali menyesuaikan diri dengan lingkungan baru serta memperkenalkan lokasi usahanya kepada pelanggan yang belum mengetahui tempat berjualan yang baru.

Setelah proses relokasi berlangsung, sebagian besar pedagang mengaku mengalami penurunan jumlah pembeli dibandingkan sebelum relokasi. Menurut para informan, kondisi tersebut terjadi karena banyak pelanggan lama yang belum mengetahui lokasi baru tempat mereka berjualan. Akibatnya, aktivitas perdagangan menjadi lebih sepi dan berdampak pada menurunnya tingkat penjualan.

Hal tersebut diungkapkan oleh Rika selaku pedagang buah-buahan yang menyatakan:

“Kalau sekarang menurun dibandingkan waktu masih dibelakang karena kurang sekali pembeli yang lewat disini. Pas awal relokasi juga susah sekali karena banyak pelanggan yang tidak tahu tempatku yang baru.”¹⁰¹

Temuan serupa juga disampaikan oleh Ibu Suri selaku pedagang campuran yang mengatakan:

“Sepi sekali awal-awalnya karena pembeli belum tahu tempatku yang baru. Biasa itu pembeli lama datang bilang baru tahu kalau saya pindah kesini.”¹⁰²

Berbagai pengalaman yang disampaikan informan menunjukkan bahwa berkurangnya jumlah pembeli menjadi tantangan utama yang dihadapi pedagang pada masa awal relokasi. Kondisi tersebut tidak hanya berdampak pada menurunnya pendapatan, tetapi juga memunculkan kekhawatiran mengenai keberlangsungan usaha yang mereka jalankan.

¹⁰¹ Rika, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

¹⁰² Suri, Pedagang Campuran di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

Berkurangnya jumlah pembeli menyebabkan aktivitas perdagangan tidak berjalan seperti sebelumnya. Situasi tersebut menjadi pengalaman awal yang dihadapi pedagang setelah relokasi dan mendorong mereka untuk mulai memahami berbagai perubahan yang terjadi pada lingkungan usaha yang baru. Berkurangnya jumlah pembeli kemudian mendorong para pedagang untuk mulai menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan usaha yang baru. Melalui pengalaman berdagang dari hari ke hari, mereka mulai mempelajari karakteristik pasar, pola kedatangan konsumen, serta kondisi perdagangan yang berbeda dibandingkan lokasi sebelumnya.

Dalam proses penyesuaian tersebut, pedagang mulai memahami bahwa kondisi pasar setelah relokasi tidak dapat disamakan dengan kondisi sebelum relokasi. Proses penyesuaian tersebut terlihat dari perubahan cara pedagang mengelola stok barang dagangan. Bapak Sunardi selaku pedagang buah-buahan mengungkapkan:

“Dulu saya biasa membawa stok buah lebih banyak karena pembeli ramai. Sekarang saya kurangi dulu jumlah barang yang dibawa supaya tidak terlalu banyak tersisa kalau pembeli sepi karena buah juga tidak bisa tahan lama.”¹⁰³

Dari hasil wawancara tersebut dapat dijelaskan bahwa pedagang mulai menyesuaikan jumlah stok barang dengan kondisi permintaan di lokasi baru. Penyesuaian tersebut dilakukan untuk mengurangi risiko kerugian akibat barang yang tidak terjual sekaligus menjaga perputaran modal usaha.

Temuan yang sama juga disampaikan oleh Ibu Dahing selaku pedagang rempah-rempah yang menjelaskan:

¹⁰³ Sunardi, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

“Dulu saya biasa mengambil stok rempah lebih banyak karena pembeli ramai. Sekarang saya kurangi sedikit supaya tidak terlalu banyak tersisa kalau pembeli sepi.”¹⁰⁴

Pengurangan stok yang dilakukan Ibu Dahing menunjukkan adanya perubahan dalam pengelolaan usaha setelah relokasi. Jika sebelumnya pedagang dapat menyediakan barang dalam jumlah yang lebih besar karena tingginya jumlah pembeli, kini persediaan barang lebih disesuaikan dengan kondisi pasar yang ada. Langkah tersebut dilakukan agar modal usaha tetap dapat berputar tanpa harus menanggung kerugian akibat barang yang tersisa terlalu banyak.

Ibu Suri selaku pedagang campuran juga mengungkapkan:

“Tempatku tidak terlalu memadai nak jadi biasa kalau ada jualan saya tambah itu dulu jualan lainku yang tidak terlalu dicari kalau waktu tertentu saya kurangi dulu dengan setambah jualan yang dibutuhkan supaya cukup juga tempatku jadi ku sesuaikan saja itu nak.”¹⁰⁵

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa informan tidak mempertahankan seluruh jenis barang dagangan yang dijual setiap saat, tetapi melakukan penyesuaian sesuai dengan kondisi pasar dan keterbatasan tempat berdagang. Jenis barang yang permintaannya rendah untuk sementara dikurangi agar tersedia ruang bagi barang yang lebih banyak dibutuhkan konsumen. Penyesuaian tersebut dilakukan sebagai upaya agar aktivitas perdagangan tetap berjalan secara efektif setelah relokasi.

Berdasarkan hasil wawancara, penyesuaian jenis dan jumlah barang dagangan dilakukan secara bertahap melalui pengalaman berjualan setelah relokasi. Pedagang mulai memahami pola pembelian konsumen dan kondisi permintaan pasar sehingga dapat menyesuaikan jenis maupun jumlah barang yang dijual sesuai kebutuhan.

¹⁰⁴ Dahing, Pedagang Rempah-Rempah di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

¹⁰⁵ Suri, Pedagang Campuran di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

Temuan ini menunjukkan bahwa penyesuaian tersebut merupakan bagian dari proses pembelajaran pedagang dalam memahami karakteristik pasar di lokasi yang baru.

Selain menyesuaikan jumlah stok barang, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian pedagang melakukan penambahan jenis barang dagangan sesuai dengan kebutuhan pembeli pada waktu-waktu tertentu. Penambahan tersebut dilakukan setelah pedagang memahami karakteristik pasar di lokasi baru serta melihat adanya peluang untuk memenuhi permintaan pembeli, sehingga diharapkan dapat membantu mempertahankan keberlangsungan usaha dan meningkatkan pendapatan.

Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Dina selaku pedagang bawang yang menjelaskan:

“Selain itu saya sesuaikan juga dengan jenis dagangan ku kan harusnya saya ini hanya menjual bawang jika tapi biasa itu kalau maumi masuk waktu ramai ramainya pembeli seperti kalau mau lebaran saya tambahmi jenis jualanku saya tambah biasa sayuran seperti lombok, wortel, kentang dll. Jadi saya sesuaikan saja jualanku dengan waktu ramainya pembeli.”¹⁰⁶

Temuan yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Suri selaku pedagang campuran mengatakan:

“Jadi saya juga nak kutambah jenis jualanku dulu kalau misal mendekati hari raya seperti ini nak saya tambah untuk jual daun pisang sama kelapa karena kubilang nak pasti pembeli cari daun pisang kalau mau lebaran dan biasa ada juga pembeli saya lihat tidak bisami kebelakang karena capekmi apalagi kalau puasa orang jadi disitumi nak berpikirka untuk tambah jual daun pisang apalagi disini nak masih jarang pedagang lain yang jual daun pisang jadi cara beginimi nak kulakukan supaya bisa juga tambah tambah pendapatan ku tapi itupun tidak tiap hari ji kujual hari hari tertentupi karena begituan nak tidak terlalu dibutuhkan juga kalau bukan mau lebaran.”¹⁰⁷

¹⁰⁶ Dina, Pedagang Bawang di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

¹⁰⁷ Suri, Pedagang Campuran di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

Keterangan yang disampaikan oleh kedua informan menunjukkan bahwa penambahan jenis dagangan dilakukan dengan menyesuaikan kebutuhan pembeli pada waktu-waktu tertentu. Kedua informan menambahkan jenis barang ketika permintaan masyarakat meningkat, seperti menjelang hari raya, sehingga barang yang dijual lebih sesuai dengan kebutuhan pembeli. Selain itu, penambahan jenis dagangan juga disesuaikan dengan kondisi tempat berjualan agar barang yang lebih banyak dibutuhkan konsumen dapat diprioritaskan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang mulai memahami kebutuhan pasar di lokasi yang baru dan melakukan penyesuaian terhadap barang dagangannya. Dengan demikian, penambahan jenis dagangan menjadi salah satu bentuk proses adaptasi yang dilakukan pedagang untuk memenuhi kebutuhan pembeli sekaligus meningkatkan peluang penjualan.

Hal serupa juga dilakukan oleh Ibu Hasna yang sebelumnya hanya menjual beberapa jenis barang, kemudian melakukan penyesuaian dengan menambah jenis dagangan setelah berpindah ke lokasi baru. Ibu Hasna selaku pedagang bawang merah menjelaskan:

“Yang ada itu jika masalah jualan yang dibahas malah bertambah sekarang jualanmu. Yang kemarin hanya bawang dan ikan kering yang saya jual, sekarang itu adami telur karena tidak adapi disini yang jual telur apalagi telur itik dan biasanya itu ada pembeli yang mencari telur jadi setambah untuk saya jual, lombok besar, jadi sekarang ini adami hasil dari perikanan, peternakan, dan perkebunan jadi sudah adami tiga macam.”¹⁰⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa penambahan jenis dagangan dilakukan setelah melihat adanya kebutuhan pembeli yang belum terpenuhi oleh pedagang lain. Keputusan untuk menjual produk tambahan tidak hanya bertujuan memperluas pilihan barang bagi pembeli, tetapi juga menjadi peluang untuk

¹⁰⁸ Hasna, Pedagang Bawang Merah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

meningkatkan penjualan di lokasi yang baru. Dengan menyediakan lebih banyak variasi produk, pedagang berharap pembeli dapat memenuhi berbagai kebutuhannya dalam satu tempat.

Keterangan para informan menunjukkan bahwa proses adaptasi tidak hanya terlihat dari penyesuaian jumlah dan jenis barang dagangan, tetapi juga dari kemampuan pedagang dalam mengenali kebutuhan pembeli di lokasi yang baru. Kemampuan tersebut tidak diperoleh secara langsung setelah relokasi, melainkan melalui pengalaman berjualan yang berlangsung dari hari ke hari. Melalui pengalaman tersebut, pedagang mulai mengetahui jenis barang yang banyak diminati pembeli, barang yang belum banyak dijual oleh pedagang lain, serta waktu yang tepat untuk menyediakan barang tertentu sesuai dengan kebutuhan pasar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengalaman berjualan menjadi dasar bagi pedagang dalam menyesuaikan barang dagangannya agar lebih sesuai dengan permintaan pembeli di lokasi yang baru.

Proses pembelajaran tersebut menunjukkan bahwa kemampuan pedagang dalam beradaptasi tidak muncul secara instan, melainkan berkembang melalui pengalaman yang diperoleh selama menjalankan usaha di lokasi baru. Semakin lama mereka berdagang, semakin baik pula pemahaman mereka terhadap kondisi pasar yang dihadapi.

Seiring berjalannya waktu, pelanggan lama yang pada awalnya belum mengetahui lokasi baru pedagang mulai menemukan kembali tempat berjualan mereka. Kembalinya pelanggan lama menjadi salah satu faktor yang membantu proses pemulihan usaha para pedagang.

Ibu Sakka selaku pedagang buah-buahan yang menyatakan:

“Sekarang itu nak yah dibilang Alhamdulillah mendinganmi daripada pas awal dikasi pindahki disini karena sudah ada beberapa pelanggan lamaku yang tahu tempatku nak jadi biasami lagi datang beli disini.”¹⁰⁹

Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa kondisi usaha pedagang mulai membaik karena pelanggan lama mulai kembali berbelanja di lokasi yang baru. Menurut informan, pelanggan lama memiliki peran yang cukup besar dalam membantu pemulihan usaha setelah relokasi. Kehadiran mereka tidak hanya memberikan tambahan pendapatan, tetapi juga menjadi tanda bahwa lokasi baru pedagang mulai dikenal.

Selain itu, Ibu Hasni selaku pedagang buah dan gula aren juga menjelaskan:

“Sekarang itu Alhamdulillah sudah mulai membaik walaupun belum seperti dulu.”¹¹⁰

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa meskipun kondisi usaha belum sepenuhnya kembali seperti sebelum relokasi, para pedagang mulai merasakan perkembangan yang lebih baik dibandingkan masa awal relokasi. Perubahan tersebut memperlihatkan bahwa proses adaptasi membutuhkan waktu sebelum mencapai kondisi yang lebih stabil.

Kembalinya pelanggan lama menunjukkan bahwa proses penyesuaian yang dilakukan pedagang mulai memberikan hasil. Pelanggan yang sebelumnya belum mengetahui lokasi baru secara perlahan kembali melakukan pembelian setelah memperoleh informasi mengenai keberadaan pedagang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa adaptasi yang dilakukan pedagang berlangsung secara bertahap

¹⁰⁹ Sakka, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

¹¹⁰ Hasni, Pedagang Buah dan Gula Aren di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

dan membutuhkan waktu hingga hubungan antara pedagang dan pelanggan dapat terjalin kembali seperti sebelumnya.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa seiring berlangsungnya proses penyesuaian, sebagian pedagang mulai mengubah pandangannya terhadap relokasi. Pedagang yang sebelumnya merasa kecewa dan menolak kebijakan relokasi perlahan mulai menerima kondisi yang ada setelah melihat perkembangan usahanya dari waktu ke waktu.

Salah seorang informan yaitu Ibu Hasna selaku pedagang bawang merah mengungkapkan:

“Tetapi setelah saya rasakan disini sudah adami juga hikmahnya nak.”¹¹¹

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya perubahan cara pandang pedagang selama proses adaptasi. Pengalaman berjualan di lokasi baru secara bertahap membuat pedagang yang awalnya merasa kecewa dan menolak relokasi mulai menerima kondisi tersebut. Pengalaman yang diperoleh selama menjalankan usaha setelah relokasi membuat pedagang mulai memahami berbagai perubahan yang terjadi dan secara perlahan menerima relokasi sebagai bagian dari kondisi yang harus dihadapi dalam menjalankan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa adaptasi tidak hanya berkaitan dengan aktivitas ekonomi, tetapi juga dengan proses penerimaan terhadap perubahan yang terjadi setelah relokasi.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa adaptasi proses pedagang pasca relokasi berlangsung secara bertahap. Proses tersebut diawali dengan penolakan dan kesulitan menyesuaikan diri, kemudian diikuti dengan berkurangnya jumlah pembeli pada masa awal relokasi. Seiring berjalannya waktu, pedagang mulai

¹¹¹ Hasna, Pedagang Bawang Merah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

memahami kondisi pasar yang baru, menyesuaikan jumlah dan jenis barang dagangan, serta mengenali kebutuhan pembeli. Proses penyesuaian tersebut kemudian diikuti dengan mulai kembalinya pelanggan lama dan munculnya penerimaan pedagang terhadap kondisi pasca relokasi. Dengan demikian, adaptasi proses yang dialami pedagang menunjukkan adanya tahapan penyesuaian yang berlangsung secara bertahap dan melalui serangkaian pengalaman hingga pedagang mampu menjalankan usahanya di lingkungan yang baru.

2. Dampak Strategi Adaptasi terhadap Pendapatan Pedagang Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap sepuluh informan, diketahui bahwa relokasi pedagang memberikan perubahan terhadap kondisi pendapatan pedagang di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare. Seluruh informan mengungkapkan bahwa pendapatan mengalami penurunan pada masa awal relokasi akibat berkurangnya jumlah pembeli dan belum diketahuinya lokasi baru oleh sebagian pelanggan lama. Meskipun demikian, setiap pedagang melakukan berbagai strategi adaptasi sesuai dengan kondisi usahanya masing-masing sehingga kondisi pendapatan yang diperoleh pada saat penelitian menunjukkan perkembangan yang berbeda-beda. Ringkasan perubahan kondisi pendapatan pedagang sebelum relokasi, pada masa awal relokasi, dan saat penelitian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Kondisi Pendapatan Pedagang Sebelum Relokasi, Awal Relokasi, dan Setelah Melakukan Strategi Adaptasi

No	Nama Informan	Jenis Dagangan	Sebelum Relokasi	Awal Relokasi	Setelah Melakukan Strategi Adaptasi
1	Reva	Sayuran	Rp1.000.000-	Rp200.000-	Rp700.000-

			Rp1.500.000/hari	Rp400.000/hari	Rp800.000/hari
2	Rika	Buah-Buahan	Rp1.000.000- Rp1.500.000/hari	Rp200.000- Rp300.000/hari	Rp700.000- Rp800.000/hari kadang mencapai Rp1.000.000
3	Ibu Hasna	Bawang Merah	Pendapatan lebih tinggi dibanding kondisi setelah relokasi	Mengalami penurunan	Mulai membaik dibandingkan awal relokasi
4	Ibu Dina	Bawang	Rp500.000- Rp700.000/hari	Rp300.000/hari	Rp700.000- Rp800.000/hari
5	Ibu Hj. Darmawati	Buah Nanas	Pendapatan lebih tinggi dibanding kondisi setelah relokasi	Mengalami penurunan	Mulai membaik dibandingkan awal relokasi
6	Ibu Suri	Campuran/ Sayuran	Rp800.000- Rp1.000.000/hari	Rp100.000- Rp300.000/hari	Rp300.000- Rp500.000/hari
7	Ibu Sakka	Buah-Buahan	Pendapatan lebih tinggi dibanding kondisi setelah relokasi	Mengalami penurunan	Mulai membaik dibandingkan awal relokasi
8	Ibu Dahing	Rempah-Rempah	Rp300.000- Rp400.000/hari	Rp100.000- Rp200.000/hari	Masih sama dengan awal relokasi
9	Bapak Sunardi	Buah-Buahan	Pendapatan lebih tinggi dibanding kondisi setelah relokasi	Mengalami penurunan	Mulai membaik dibandingkan awal relokasi
10	Ibu Hasni	Buah dan Gula Aren	Pendapatan lebih tinggi dibanding kondisi setelah relokasi	Mengalami penurunan	Mulai membaik dibandingkan awal relokasi

Sumber: Hasil Wawancara Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa seluruh informan mengalami penurunan pendapatan pada masa awal relokasi dibandingkan dengan kondisi sebelum relokasi. Setelah melakukan berbagai strategi adaptasi, sebagian besar pedagang mulai mengalami perbaikan kondisi pendapatan, meskipun tingkat pemulihannya berbeda pada setiap informan. Untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam, berikut dipaparkan hasil wawancara dengan masing-masing informan.

Reva selaku pedagang sayuran mengungkapkan:

“Kalau sekarang itu kak, memang lebih bagus pendapatanku waktu masih jualan di belakang. Dulu kalau ramai pembeli biasanya pendapatan yang kudapat sekitar Rp1.000.000-Rp1.500.000 per hari. Tapi sebenarnya tidak bisa juga dibilang pasti begitu terus karena tergantung pembeli yang datang. Pas dikasi pindah ke depan itu turun sekali pendapatanku, biasa sekitar Rp200.000-Rp400.000 per hari. Karena di belakang itu pembeli lebih ramai. Intinya itu kak sekarang terbagimi kan kemarin bersatu semua jeki penjual sayuran begini apalagi dibelakang itu kak ada juga penjual ikan jadi itu pembeli sekalian mi beli sayur beli juga ikan tidak kayak disini sayuran to ji saja tidak ada penjual ikan jadi itu pembeli terbagimi seperti sekarang. Tapi saya kak tidak tinggal diamka saja begitu, haruska cari cara supaya bisaka sesuaikan jualan ku disini. Jadi saya coba buat paket sayuran sop supaya lebih mudah dibeli pembeli, dan saya juga lebih sering tawarkan jualanku ke orang-orang yang lewat. Alhamdulillah setelah beberapa waktu berjalan dan pelanggan lama mulai tahu tempatku yang baru, pendapatanku juga mulai membaik. Sekarang kalau pembeli lagi ramai, biasanya pendapatan yang kudapat sekitar Rp700.000-Rp800.000 per hari walaupun belum seperti dulu lagi.”¹¹²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa informan mengalami penurunan pendapatan pada masa awal relokasi akibat berkurangnya jumlah pembeli. Untuk menghadapi kondisi tersebut, informan membuat paket sayuran sop agar lebih praktis bagi pembeli serta lebih aktif menawarkan barang dagangannya. Setelah

¹¹² Reva, Pedagang Sayuran di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

melakukan penyesuaian tersebut dan pelanggan lama mulai mengetahui kembali lokasi berjualannya, kondisi pendapatan informan mulai mengalami perbaikan meskipun belum kembali seperti sebelum relokasi.

Temuan yang serupa juga disampaikan oleh Rika selaku pedagang buah-buahan yang mengungkapkan:

“Dulu waktu masih di belakang dan pembeli ramai, pendapatan yang biasa kudapat sekitar Rp1.000.000-Rp1.500.000 per hari. Tapi itu juga tidak selalu sama karena tergantung pembeli. Pas relokasi turun sekali, biasanya sekitar Rp200.000-Rp300.000 per hari. Apalagi buah seperti pepaya tidak tahan lama jadi kalau pembeli sepi banyak juga kerugiannya. Karena itu saya coba-coba promosikan jualanku lewat WhatsApp dan Facebook supaya pelanggan tahu kalau saya masih jualan dan dimana lokasi jualanku. Saya juga lebih perhatikan susunan daganganku biar tempatku sempit begini tetap rapi susunannya biar itu pembeli jelas semua juga na lihat, dan itu juga to lebih aktifka tawarkan jualanku kalau ada pembeli lewat supaya mau singgah dan beli jualanku. Dan Alhamdulillah sekarang itu kak sudah mulai mi lagi membaik dibandingkan pas awal relokasi karena mulaimi lagi ada pelangganku yang tahu tempat jualanku sama adami juga pembeli baru selalu ketempatku jadi sekarang itu kak kalau pembeli ramai biasanya pendapatan yang kudapat sekitar Rp700.000-Rp800.000 per hari, bahkan kadang bisa sampai sekitar Rp1.000.000 lagi.”¹¹³

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa pendapatan informan mengalami penurunan pada masa awal relokasi akibat berkurangnya jumlah pembeli. Kondisi tersebut juga menyebabkan risiko kerugian karena buah yang dijual memiliki daya tahan yang terbatas. Untuk mengatasi hal tersebut, informan melakukan promosi melalui WhatsApp dan Facebook, menata barang dagangan agar lebih rapi, serta lebih aktif menawarkan dagangannya kepada pembeli. Setelah berbagai penyesuaian tersebut dilakukan, pelanggan lama mulai mengetahui kembali lokasi berjualannya

¹¹³ Rika, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

dan disertai bertambahnya pembeli baru, sehingga pendapatan informan menunjukkan perbaikan yang dibandingkan masa awal relokasi.

Berbeda dengan kedua informan sebelumnya, Ibu Hasna selaku pedagang bawang merah menjelaskan bahwa pendapatan pedagang tidak dapat ditentukan secara pasti setiap hari karena sangat bergantung pada jumlah pembeli yang datang. Ibu Hasna mengungkapkan:

“Kalau berbicara soal pendapatan itu nak, kami pedagang di sini tidak bisa menentukan berapa yang didapat setiap hari karena kondisi pembeli berbeda-beda, kadang ramai kadang sepi sekali. Sebelum direlokasi itu lumayan pendapatanku karena ramai pembeli di belakang. Baru pas dikasi pindah ke sini awal-awal itu turun sekali karena kurang pembeli dan pelanggan lamaku belum tahu tempatku yang baru. Tetapi saya berusaha menyesuaikan jualanku dengan menambah beberapa jenis dagangan seperti telur, lombok besar, dan beberapa barang lain yang dicari pembeli supaya pilihan barang lebih banyak. Saya juga lebih aktif menjelaskan dan menawarkan barang yang saya jual kepada pembeli. Setelah beberapa bulan berjalan lakukan begini ditambah juga karena pelanggan lama mulai tahu lagi tempatku, Alhamdulillah pendapatanku mulai membaik walaupun tetap tidak menentu karena tergantung jumlah pembeli yang datang. Tetapi kemarin itu nak pernahka dapat lebih dari pasku sebelum direlokasi karena banyak jenis jualanku to jadi itu pembeli lebih mudah lagi kalau ada mau na beli.”¹¹⁴

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Ibu Hasna mengalami penurunan pendapatan pada awal relokasi akibat berkurangnya jumlah pembeli dan belum diketahuinya lokasi baru oleh pelanggan lama. Untuk menyesuaikan diri, informan menambah variasi barang dagangan serta lebih aktif menawarkan barang kepada pembeli. Setelah pelanggan lama mulai mengetahui kembali lokasi berjualannya, pendapatan informan berangsur membaik, bahkan pada waktu tertentu pernah melebihi pendapatan sebelum relokasi karena variasi barang dagangan yang semakin

¹¹⁴ Hasna, Pedagang Bawang Merah di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

banyak, meskipun secara umum pendapatan masih bergantung pada jumlah pembeli yang datang setiap hari.

Temuan yang hampir serupa juga disampaikan oleh Ibu Dina selaku pedagang bawang. Informan menjelaskan bahwa relokasi memengaruhi kondisi pendapatannya sehingga ia melakukan beberapa penyesuaian dalam menjalankan usaha. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Kalau pendapatan itu nak tergantung juga kondisi pasar. Ada hari yang ramai, ada juga yang biasa-biasa saja. Sebelum direlokasi, kalau pembeli ramai biasanya pendapatan yang kudapat sekitar Rp500.000-Rp700.000 per hari. Pas awal direlokasi turun sekali, kemarin itu kudapat sekitar Rp300.000 per hari dan itu pun kalau hari ramai seperti Sabtu atau Minggu. Dari situmi nak cari ka carato bagaimana supaya ini pendapatan ku bisa lagi membaik, jadi saya mulai pahami kondisi pembeli dan saya sesuaikan dengan jenis jualanku jadi itu nak biasa kutambah beberapa jenis sayuran seperti lombok, wortel, kentang, bawang bombay, kacang panjang, yang banyak dicari pembeli, apalagi kalau sudah mau lebaran. Sudah juga tadi kubilang to saya juga nak ku promosikan bawang ku lewat WhatsApp dan Facebook supaya pelanggan juga bisa lihat dan bisa tahu tempat jualanku sekarang. Alhamdulillah pelan-pelan mulai membaik. Kalau pembeli ramai sekarang, biasanya pendapatan yang kudapat sekitar Rp700.000-Rp800.000 per hari. Intinya sekarang bedami sama pas awal direlokasi.”¹¹⁵

Dari hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa pendapatan Ibu Dina mengalami penurunan pada masa awal relokasi pedagang. Informan menjelaskan bahwa kondisi tersebut mendorongnya untuk melakukan berbagai penyesuaian terhadap usaha yang dijalankan, seperti menambah beberapa jenis barang dagangan yang banyak dibutuhkan pembeli pada waktu-waktu tertentu serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Informan menyampaikan bahwa setelah melakukan berbagai penyesuaian tersebut, kondisi pendapatannya mulai mengalami

¹¹⁵ Dina, Pedagang Bawang di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

perbaikan dibandingkan masa awal relokasi. Selain itu, bertambahnya jumlah pembeli serta mulai dikenalnya kembali lokasi berjualan oleh pelanggan turut mendukung perubahan kondisi pendapatan yang diperoleh informan.

Perubahan kondisi pendapatan setelah relokasi pedagang juga dirasakan oleh Ibu Hj. Darmawati selaku pedagang buah nanas. Informan menjelaskan bahwa berkurangnya jumlah pembeli pada masa awal relokasi memengaruhi hasil penjualan yang diperoleh sehingga mendorongnya melakukan berbagai penyesuaian dalam menjalankan usaha. Informan mengungkapkan:

“Kalau jualan begini nak, tidak bisa juga ditentukan pasti berapa pendapatan setiap hari karena tergantung pembeli. Dulu waktu masih di belakang pembeli lebih ramai. Tetapi pas awal dikasi pindahka di sini menurun sekali karena pembeli berkurang dan pelanggan tetapku belum tahu juga tempatku yang sekarang. Tapi tidak tinggal diamka juga nak. Kalau saya lihat ada pembeli lewat saya panggilmi dan saya tawarkan jualanku, bilang ‘singgahki Pak, Bu, nanasnya masih segar, sempat mauki buat rujak’. Jadi biasa ada juga yang singgah. Saya layani baik-baik karena susah sekali dapat pembeli sekarang. Saya juga biasa kasih bonus atau potongan harga untuk pembeli tertentu dan selalu jaga kualitas nanas yang saya jual supaya pembeli puas dan mau datang lagi. Alhamdulillah sekarang sudah mulai membaik karena pembeliku mulai bertambah lagi dan beberapa pelanggan lama sudah kembali belanja di tempatku.”¹¹⁶

Dari penjelasan informan dapat dipahami bahwa, informan mengaku mengalami penurunan pendapatan setelah relokasi karena jumlah pembeli yang datang berkurang dibandingkan sebelumnya. Untuk menghadapi kondisi tersebut, informan melakukan beberapa penyesuaian dalam aktivitas usahanya, seperti memberikan bonus atau potongan harga kepada pelanggan tertentu, menjaga kualitas barang dagangan, dan tetap memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli. Informan menjelaskan bahwa setelah menjalankan berbagai upaya tersebut, kondisi

¹¹⁶ Hj. Darmawati, Pedagang Buah Nanas di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

pendapatannya mulai menunjukkan perbaikan yang lebih baik dibandingkan masa awal relokasi.

Selain itu, Ibu Suri selaku pedagang campuran juga menjelaskan bahwa relokasi memengaruhi kondisi pendapatannya sehingga informan melakukan beberapa penyesuaian untuk mempertahankan usahanya. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Kalau soal pendapatan itu nak, tidak tentu juga setiap hari karena pembeli kadang ramai sekali, kadang juga sepi. Waktu masih di belakang, kalau pembeli ramai biasanya pendapatan yang kudapat sekitar Rp800.000-Rp1.000.000 per hari karena banyak juga barangku yang kujual. Pas pindah ke sini awal-awal itu turun sekali karena sepi pembeli. Kadang biasa sekitar Rp100.000-Rp300.000 per hari, bahkan pernah juga tidak ada sama sekali yang didapat. Karena itu saya mulai sesuaikan jumlah barang yang kujual dengan tempatku karena dilihat to nak tempatku itu tidak terlalu memadai, saya susun juga lebih rapi supaya enak dilihat pembeli, dan kadang saya turunkan harganya supaya barang cepat terjual karena biar mau dijual mahal kalau tidak ada pembeli susah juga dan biar dijual murah kalau terjualji. Biasa juga itu nak kalau dekatmi lebaran biasanya saya tambah lagi jenis jualanku karena pembeli juga mulai ramai saya biasa tambah jual itu daun pisang sama kelapa karena pasti itu yang na cari orang kalau mau lebaran. Alhamdulillah sekarang sudah lebih baik dibanding waktu awal pindah. Kalau pembeli ramai biasanya pendapatan yang kudapat sekitar Rp300.000-Rp500.000 per hari. Intinya itu nak kalau pendapatan ta kita sebagai pedagang itu tergantung kondisi pembeli biar ramai biasa kalau bukan ditempat ta beli tidak bisa juga langsung dikatakan banyak didapat walaupun ramai, tetapi biar biasa sepi pembeli tidak terlalu ramai tapi kalau ditempat ta i belanja otomatis kan banyak juga didapat walaupun sepi jadi itu nak tergantung dari kondisi pembelinya saja sama carata menjual. Jadi kalau masalah pendapatan bersihnya untuk pedagang itu nak susah untuk dibilang berapa didapat perhari karena tidak menentu.”¹¹⁷

Keterangan informan menunjukkan bahwa pendapatan mengalami penurunan yang cukup besar pada masa awal relokasi. Informan menjelaskan bahwa

¹¹⁷ Suri, Pedagang Campuran di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

berkurangnya jumlah pembeli menyebabkan hasil penjualan menurun dibandingkan sebelum relokasi. Dalam menghadapi kondisi tersebut, informan melakukan penyesuaian dengan mengurangi jumlah barang dagangan sesuai dengan kapasitas tempat berjualan, menata barang dagangan agar terlihat lebih rapi, serta menyesuaikan harga jual. Menurut informan, kondisi pendapatan saat ini sudah lebih baik dibandingkan masa awal relokasi meskipun belum kembali seperti sebelumnya.

Kondisi yang hampir sama juga dialami oleh Ibu Sakka selaku pedagang buah-buahan. Informan menjelaskan bahwa penurunan jumlah pembeli setelah relokasi memengaruhi pendapatannya sehingga ia melakukan beberapa penyesuaian. Informan menjelaskan:

“Kalau dibandingkan waktu masih di belakang memang menurun karena pembeli berkurang, terutama pas awal dikasi pindahka. Otomatis hasil penjualanku juga ikut menurun. Tapi mau tidak mau haruska tetap berusaha supaya jualanku tetap berjalan. Jadi sekarang saya lebih hati-hati kalau ambil stok buah supaya tidak banyak yang rusak atau tersisa. Saya juga tetap jaga kualitas buah yang saya jual supaya pembeli percaya dan mau kembali lagi membeli. Alhamdulillah sekarang sudah mulai membaik karena ada lagi pelanggan lama yang datang dan belanja di tempatku.”¹¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara, informan mengaku mengalami penurunan pendapatan pada masa awal relokasi akibat berkurangnya jumlah pembeli. Dalam menghadapi kondisi tersebut, informan melakukan penyesuaian dengan mengurangi risiko kerugian melalui pengelolaan stok yang lebih hati-hati serta menjaga kualitas buah yang dijual agar kepercayaan pelanggan tetap terpelihara. Informan menjelaskan bahwa setelah melakukan penyesuaian tersebut, kondisi pendapatan mulai membaik dibandingkan masa awal relokasi seiring dengan kembalinya pelanggan lama yang kembali berbelanja di tempatnya.

¹¹⁸ Sakka, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

Berbeda dengan beberapa informan sebelumnya, Ibu Dahing selaku pedagang rempah-rempah menjelaskan bahwa meskipun telah melakukan berbagai penyesuaian dalam menjalankan usahanya, kondisi pendapatan yang diperoleh hingga saat penelitian dilakukan masih belum mengalami perubahan dibandingkan masa awal relokasi pedagang. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Kalau rempah-rempah begini nak tidak setiap hari banyak yang cari. Ada hari tertentu baru ramai pembeli. Dulu waktu masih di belakang dan orang masih ramai lewat, biasanya pendapatan yang kudapat sekitar Rp300.000-Rp400.000 per hari. Pas awal relokasi turun sekali jadi sekitar Rp100.000-Rp200.000 per hari karena sepi sekali pembeli. Tapi sekarang itu yah masih tetapji sama pas awal direlokasi padahal berusaha juga perbaiki caraku menjualku nak, berusaha juga seuaikan jumlah stok rempah yang kuambil supaya tidak terlalu banyak tersisa dan tetapka juga melayani pembeli dengan baik supaya mereka kembali lagi berbelanja. Tapi maumi diapa nak mungkin begitu memangji rezekiku disini dan tetapka saja berusaha terus jual ini jualanku karena tidak bisa juga dipaksa itu pembeli nak untuk beli jualanta tapi setidaknya adalah didapat perhari walaupun tidak sebanyak pas dibelakang.”¹¹⁹

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh informan setelah relokasi hingga penelitian ini dilakukan, masih belum mengalami peningkatan yang berarti dibandingkan masa awal relokasi. Meskipun demikian, informan menjelaskan bahwa dirinya tetap melakukan berbagai penyesuaian dalam menjalankan usaha, terutama dalam pengelolaan jumlah stok barang dan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli. Temuan tersebut menunjukkan bahwa tidak seluruh pedagang mengalami peningkatan pendapatan yang sama setelah melakukan penyesuaian usaha. Meskipun demikian, Ibu Dahing tetap berusaha menjalankan usahanya sebagai bentuk ikhtiar untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare.

¹¹⁹ Dahing, Pedagang Rempah-Rempah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

Temuan lainnya juga disampaikan oleh Bapak Sunardi selaku pedagang buah-buahan. Informan menjelaskan bahwa relokasi pedagang menyebabkan jumlah pembeli berkurang sehingga memengaruhi kondisi pendapatan yang diperoleh. Untuk menghadapi kondisi tersebut, informan melakukan beberapa penyesuaian dalam aktivitas berdagang. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Kalau jual buah begini nak, pendapatan tidak bisa dipastikan sama setiap hari. Kadang banyak yang beli, kadang juga sepi. Dulu waktu masih di belakang pembeli ramai. Bahkan dulu saya biasa pakai mobil pick up karena banyak buah yang dibawa. Pas dikasi pindah ke sini pembeli berkurang sekali dan banyak pelanggan lama yang tidak tahu tempatku yang baru. Apalagi buah begini dijual ada biasa tidak tahan lama jadi saya jual murah mi itu karena kurang pembeli janganmi dulu terlalu pikir untung banyak. Yang penting lancar ji jualan ta dan modal ta kembali. Selain itu saya mulai juga kurangi jumlah stok buah yang dibawa dan menyesuaikan dengan kondisi pembeli yang datang supaya tidak terlalu banyak buah yang rusak atau tersisa, dan juga saya perhatikan tata letak buahku supaya terlihat rapi dan menarik pembeli untuk singgah. Alhamdulillah sekarang sudah lebih baik dibanding awal relokasi walaupun belum seperti dulu.”¹²⁰

Berdasarkan keterangan informan, penurunan pendapatan pada masa awal relokasi dipengaruhi oleh berkurangnya jumlah pembeli serta belum diketahuinya lokasi baru oleh pelanggan lama. Informan menjelaskan bahwa setelah melakukan penyesuaian terhadap pengelolaan stok dan harga jual barang dagangan serta menata ulang barang dagangan agar lebih menarik bagi pembeli, kondisi pendapatan mulai menunjukkan perbaikan dibandingkan masa awal relokasi. Menurut informan, bertambahnya jumlah pembeli dan kembalinya pelanggan lama turut membantu perbaikan kondisi usahanya.

Hal yang hampir sama juga disampaikan oleh Ibu Hasni selaku pedagang buah dan gula aren. Informan menjelaskan bahwa relokasi pedagang menyebabkan

¹²⁰ Sunardi, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

jumlah pembeli berkurang sehingga pendapatan yang diperoleh ikut mengalami penurunan. Untuk menyesuaikan diri dengan kondisi tersebut, informan melakukan beberapa upaya agar usahanya tetap berjalan. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Kalau dibandingkan waktu masih di belakang memang menurun karena dulu pembeli lebih ramai dan banyak yang sudah tahu tempatku. Pas awal relokasi itu susah sekali karena banyak pelanggan yang tidak tahu tempatku yang baru. Tapi saya tetap berusaha layani pembeli dengan baik, lebih perhatikan cara menyusun barang dagangan supaya mudah dilihat, dan kadang juga saling bantu dengan pedagang lain kalau ada pembeli yang cari barang tertentu. Alhamdulillah sekarang sudah mulai membaik ditambah juga karena pelanggan lama perlahan mulai tahu lagi tempatku walaupun belum seperti dulu waktu masih di belakang.”¹²¹

Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa relokasi menyebabkan terjadinya penurunan pendapatan karena pelanggan lama belum mengetahui lokasi baru tempat berjualan. Informan menjelaskan bahwa selama berada di lokasi baru, ia berupaya memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli, menata barang dagangan agar lebih mudah dilihat, serta menjalin kerja sama dengan sesama pedagang dalam membantu mengarahkan pembeli. Pada saat penelitian dilakukan, informan mengaku kondisi pendapatannya mulai membaik dibandingkan masa awal relokasi meskipun pendapatan yang diperoleh belum kembali seperti sebelum relokasi.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, diketahui bahwa seluruh informan mengalami penurunan pendapatan pada masa awal relokasi pedagang. Penurunan tersebut dipengaruhi oleh berkurangnya jumlah pembeli serta belum diketahuinya lokasi baru oleh sebagian pelanggan lama. Dalam menghadapi kondisi tersebut, setiap pedagang melakukan strategi adaptasi yang berbeda-beda sesuai dengan kondisi

¹²¹ Hasni, Pedagang Buah dan Gula Aren di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

usaha yang dijalankan. Bentuk strategi adaptasi yang dilakukan meliputi penambahan maupun penyesuaian jenis barang dagangan, pengelolaan jumlah stok, promosi melalui media sosial, penataan barang dagangan, penyesuaian harga, pemberian bonus atau potongan harga kepada pelanggan tertentu, menjaga kualitas barang dagangan, meningkatkan pelayanan kepada pembeli, serta menjalin kerja sama dengan sesama pedagang.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa setelah melakukan berbagai strategi adaptasi tersebut, sebagian besar informan mengungkapkan kondisi pendapatan yang diperoleh mulai mengalami perbaikan dibandingkan masa awal relokasi. Perbaikan kondisi pendapatan tersebut turut didukung oleh bertambahnya jumlah pembeli serta mulai dikenalnya kembali lokasi berjualan oleh sebagian pelanggan lama. Meskipun demikian, tingkat perubahan pendapatan yang dialami setiap pedagang tidak sama. Sebagian informan mengaku kondisi pendapatannya mulai mendekati keadaan sebelum relokasi, sedangkan sebagian lainnya masih belum kembali seperti sebelumnya. Bahkan, terdapat satu informan, yaitu Ibu Dahing, yang mengungkapkan bahwa hingga penelitian ini dilakukan kondisi pendapatannya masih belum mengalami perubahan dibandingkan masa awal relokasi meskipun telah melakukan berbagai penyesuaian dalam menjalankan usahanya.

3. Strategi Adaptasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi adaptasi yang dilakukan pedagang pasca relokasi pada umumnya tidak hanya berorientasi pada upaya mempertahankan usaha dan pendapatan, tetapi juga tetap memperhatikan nilai-nilai

yang sejalan dengan prinsip ekonomi syariah. Meskipun para pedagang mengalami berbagai kesulitan dan tantangan setelah relokasi, seperti berkurangnya jumlah pembeli dan menurunnya pendapatan, mereka tetap berusaha menjalankan aktivitas perdagangan dengan cara yang baik dalam berinteraksi dengan pembeli maupun sesama pedagang.

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa nilai-nilai yang paling banyak terlihat dalam aktivitas perdagangan pedagang pasca relokasi meliputi kejujuran dalam memberikan informasi kepada pembeli, keadilan dalam menentukan harga, tanggung jawab dalam menjaga kualitas barang dagangan, serta sikap saling membantu antar pedagang. Nilai-nilai tersebut terlihat dalam berbagai bentuk aktivitas perdagangan yang dilakukan sehari-hari setelah relokasi berlangsung.

a. Strategi Adaptasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang
Berdasarkan Prinsip Kejujuran (*ash-shiddiq*)

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa salah satu strategi adaptasi yang dilakukan pedagang pasca relokasi adalah memberikan informasi yang jelas mengenai kondisi barang yang dijual kepada pembeli. Para pedagang berupaya menjelaskan kualitas barang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya agar pelanggan tetap percaya dan bersedia berbelanja di lokasi yang baru. Menurut para pedagang, sikap tersebut membantu mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan di tengah perubahan lokasi usaha.

Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Rika selaku pedagang buah-buahan menyatakan :

“Itu saja kak kalau saya promosi di WhatsApp atau Facebook, foto yang dikirim atau yang saya upload itu sesuai dengan kondisi barang yang ada atau asli supaya pembeli tidak kecewa kalau datang membeli. Jadi saya itu jujurka

kalau ada biasa pembeli ragu sama buah yang saya jual, jadi saya jelaskan terlebih dahulu sama pembeli e bilang manis ini buah pepaya e misalnya, tetapi biasa juga ada itu pembeli yang tidak percaya begitu jadi saya langsung ambil saja satu buah pepaya lalu saya potong dan saya cobakan langsung kepada pembelinya supaya lebih yakin dan percaya bahwa jualan saya ini benar manis dan sesuai dengan apa yang saya bilang. Sehingga dari situmi biasa pembeli percaya dan mau lagi datang kembali ketempatku. Dan kalau dari pendapatan sekarang alhamdulillah sudah agak lebih baik dari sebelumnya, karena pembeli mulai percaya lagi dan yang datang beli juga sudah mulai banyak kembali.”¹²²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Rika memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan kembali usahanya kepada pelanggan sekaligus memberikan informasi mengenai kondisi barang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Selain itu, informan juga memberikan kesempatan kepada pembeli untuk memastikan kualitas barang secara langsung agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga. Menurut informan, upaya tersebut membuat pelanggan mulai kembali berbelanja sehingga kondisi pendapatannya berangsur membaik dibandingkan pada masa awal relokasi.

Hal yang hampir sama juga disampaikan oleh Reva, selaku pedagang sayuran, yang mengungkapkan:

“Kan kondisi pembeli itu masih sepi jadi biasanya saya jual murah saja jualanku daripada tinggal saja ji. Jadi kan biasanya itu kak pedagang lain najual satu-satu atau masing-masing seperti kentang, wortel, dll sekarang saya itu sejadikan sop-sopan i dalam satu kantong adami wortelnya, kentangnya, dll supaya lebih memudahkan lagi pembeli e to. Tetapi biasa juga ada itu pembeli ragu i kalau mau beli yang sudah sekasi masuk dalam kantong biasanya pembeli bertanya baruji ga ini terus dijawabmi iye anu baruji bu baru-baru ji datang ini dan tadi meni juga saya kasi masuk dalam kantong. Tapi biasanya juga pembeli na bilang kenapa pale kayak anu bermalam terus saya jawabmi itu lagi tidak bu anu baru ini, misalkan biasa itu kentang saya belah dua dan saya liatkan langsung kepada pembeli bahwa baru ini kentang e

¹²² Rika, Pedagang Buah –Buahan di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

supaya lebih jelas lagi dan pasti to, intinya haruski jujur kalau ada dijual begitu. Jadi di sini modalnya dulu yang harus kembali, kalau keuntungan itu belakangan karena tidak bisa apa-apa kalau tiap hari modal terus berkurang. Alhamdulillah dengan cara-caraku tadi modal bisa kembali walaupun untungnya belum seperti dulu. Yang paling membantu itu waktu saya jual murah sama bikin paket sop-sopan. Jadi pembeli lebih mudah karena tidak perlu lagi cari satu-satu kentang, wortel, dan lainnya. Dari situ banyak pembeli yang tertarik beli dan ada juga yang jadi langganan.”¹²³

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa informan melakukan penyesuaian strategi penjualan dengan menawarkan harga yang lebih terjangkau dan menyediakan paket sayuran yang lebih praktis bagi pembeli. Selain itu, informan juga menjelaskan kondisi barang secara terbuka kepada pelanggan. Strategi tersebut membantu menarik minat pembeli sehingga jumlah pelanggan bertambah dan pendapatan usaha mulai membaik meskipun belum kembali seperti sebelum relokasi.

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Ibu Sakka. Informan menjelaskan bahwa dalam menawarkan buah kepada pembeli selalu berusaha memberikan informasi sesuai dengan kondisi buah yang sebenarnya. Menurut informan, hal tersebut penting agar pembeli tidak merasa kecewa setelah melakukan pembelian. Ibu Sakka selaku pedagang buah-buahan mengatakan:

“Pernah. Biasanya pembeli bertanya manis jiga ini buah ta atau sudah matang. Jadi saya jelaskan sesuai kondisi buahnya. Kalau memang manis saya bilang manis, kalau belum terlalu manis saya juga bilang begitu karena tidak boleh menipu pembeli. Saya itu nak selaluka berusaha jujur kalau menjelaskan kondisi buah yang saya jual. Kalau ada buah yang sudah matang saya bilang matang, kalau ada yang masih mengkal saya juga bilang begitu supaya pembeli tidak kecewa. Kita begini pedagang pasti haruski bertanggung jawab sama jualan yang dijual, kalau ada buah yang sudah matang saya bilang matang, kalau ada yang masih mengkal saya juga bilang begitu supaya pembeli tidak kecewa. Karena kalau pembeli puas dengan kualitas buah yang dibelinya, biasanya dia kembali lagi membeli. Dan Alhamdulillah sekarang

¹²³ Reva, Pedagang Sayuran di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

pendapatan juga sedikit meningkat karena banyak pembeli yang kembali lagi dan jadi pelanggan tetap.”¹²⁴

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Ibu Sakka selalu memberikan informasi mengenai kondisi buah yang dijual sesuai dengan keadaan sebenarnya. Cara tersebut membuat pelanggan merasa lebih yakin terhadap barang yang dibeli sehingga banyak pelanggan yang kembali berbelanja. Kondisi tersebut memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan usaha.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa para pedagang berupaya mempertahankan pelanggan setelah relokasi dengan memberikan informasi yang jelas mengenai kondisi barang yang dijual. Strategi tersebut membantu meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga jumlah pembeli bertambah dan pendapatan pedagang mulai mengalami perbaikan dibandingkan pada masa awal relokasi.

b. Strategi Adaptasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang Berdasarkan Prinsip Keadilan ('Adl)

Selain menerapkan kejujuran dalam berdagang, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa selain membangun kembali kepercayaan pelanggan, pedagang di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare juga melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya setelah relokasi. Berkurangnya jumlah pembeli menyebabkan sebagian pedagang tidak lagi berorientasi pada keuntungan yang besar, tetapi lebih mengutamakan agar barang dagangan tetap terjual, modal usaha dapat kembali, dan aktivitas perdagangan tetap berjalan. Untuk mencapai tujuan tersebut, pedagang melakukan berbagai penyesuaian, seperti menyesuaikan harga jual dengan kondisi pasar dan kemampuan pembeli, mengutamakan perputaran

¹²⁴ Sakka, Pedagang Buah –Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

modal, serta memberikan penjelasan yang terbuka mengenai perubahan harga kepada pelanggan.

Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Hasna selaku pedagang bawang merah yang menyatakan:

“Kalau saya sekarang janganmi dulu cari untung banyak-banyak. Yang penting modal kembali dulu supaya ada lagi dipakai membeli barang. Saya juga tidak menjual terlalu mahal supaya pembeli tidak keberatan dan tetap mau belanja di sini. Sering tiap hari kadang membandingkan masalah harga, jadi kita jelaskan kalau misal disanaki bertanya sekian harga itu kan kitapun juga mengambil barang disitu. Jadi tidak mungkin kalau disebelah misalnya dia ambil langsung sama pedagang aslinya pasti berbeda harganya. Jadi haruski betul-betul jujur dan adil masalah harga jualanta. Kalau tidak disesuaikan harga dan jenis jualan dengan kebutuhan pembeli, susah juga bertahan. Alhamdulillah karena sudah disesuaikan, pendapatan juga kembali seperti dulu. Sekarang pendapatan sudah kembali stabil seperti sebelum relokasi karena harga sudah menyesuaikan kondisi pasar.”¹²⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Ibu Hasna lebih mengutamakan keberlangsungan usaha dibandingkan memperoleh keuntungan yang besar. Informan menyesuaikan harga dengan kondisi pasar serta kemampuan pembeli agar barang tetap terjual dan modal usaha dapat terus berputar. Menurut informan, strategi tersebut membantu mempertahankan pelanggan sehingga kondisi pendapatannya kembali stabil.

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Dina selaku pedagang bawang yang menjelaskan:

“Pasti biasanya ada pembeli itu ada saja hal keraguannya dalam jualan ta, jadi saya to dek tetapka jelaskan i dengan transparan jualanku, saya jelaskan misalnya ini bawang dari enrekang ini bawang dari sini intinya saya jelaskan

¹²⁵ Hasna, Pedagang Bawang Merah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

semua kalau naik juga harganya saya jelaskan supaya adil to dan tidak ada juga salah paham nanti pembeli kalau misal naik memang harga barang.”¹²⁶

Dari hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa informan berupaya memberikan penjelasan yang jelas kepada pembeli mengenai asal barang dan alasan terjadinya perubahan harga. Keterbukaan tersebut membantu pembeli memahami kondisi yang memengaruhi harga barang sehingga lebih yakin untuk melakukan pembelian. Menurut informan, pemahaman pelanggan terhadap informasi yang diberikan turut mendorong pembelian ulang dan membantu memperbaiki pendapatan usahanya setelah relokasi.

Hal yang hampir sama juga disampaikan oleh Bapak Sunardi, selaku pedagang buah-buahan, yang mengatakan:

“Yah kita sesuaikan saja sama kondisi pembeli sekarang. Kalau memang kurang pembeli janganmi dulu terlalu pikir untung banyak. Yang penting lancar ji jualanta dan modal ta kembali. Biar untung lima ratus atau seribu rupiah per buah yang penting laku terus dan tidak tinggal banyak barang. Pernah juga pembeli bertanya kenapa mahal atau murah, jadi saya jelaskan saja sesuai kenyataannya. Kalau harga dari pemasok naik tentu saya jual sedikit lebih mahal juga, tetapi kalau turun saya juga turunkan harga. Saya usahakan harga yang wajar supaya pembeli merasa cocok dan mau kembali lagi. Jadi kalau kita ramah, jujur, dan menjaga harga supaya tetap terjangkau, pembeli lebih percaya dan lebih sering datang dan dari situ hasil jualan juga ikut membaik”¹²⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Bapak Sunardi memilih menyesuaikan harga dengan kondisi pasar dan kemampuan pembeli agar barang dagangan lebih mudah terjual. Informan lebih mengutamakan kelancaran penjualan dan perputaran modal dibandingkan keuntungan yang besar. Menurut

¹²⁶ Dina, Pedagang Bawang di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

¹²⁷ Sunardi, Pedagang Buah-Buahan Merah di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

informan, strategi tersebut membantu menjaga kepercayaan pelanggan sehingga hasil penjualan dan pendapatan mulai mengalami perbaikan.

Selanjutnya, Ibu Suri selaku pedagang campuran, mengungkapkan:

“Jadi dari kita saja itu atur bagaimana supaya ini jualanta tidak tinggal banyak dalam sehari, artinya banyak laku walaupun untung tidak banyak ji karena itu modal dulu yang dikembalikan supaya ada lagi dipakai kalau mau beli barang. Karena biar mau dijual mahal kalau tidak ada pembeli tidak bisa juga. Harganya juga saya berikan potongan atau dijual murah karena yang penting ada terjual. Itu saja kita harus adil masalah harga dan juga transparan kalau memang harga barang naik makanya kita jual sedikit lebih mahal dan apabila turun kita jual murah begitu. Haruski jelaskan semua sama pembeli supaya tidak ada salah paham. Sekarang pendapatan lebih stabil karena setiap hari tetap ada penjualan meskipun keuntungan kecil.”¹²⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Ibu Suri lebih mengutamakan kelancaran penjualan dan perputaran modal dibandingkan memperoleh keuntungan yang besar. Untuk itu, informan menyesuaikan harga jual agar barang dagangan lebih mudah terjual dan tetap diminati pembeli. Strategi tersebut membantu menjaga keberlangsungan usaha dan membuat kondisi pendapatan menjadi lebih stabil dibandingkan pada masa awal relokasi.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa strategi tersebut belum memberikan dampak yang sama bagi seluruh pedagang. Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Dahing selaku pedagang rempah-rempah yang menyatakan:

“Saya sesuaikan harga jualan sama kondisi sekarang. Kalau terlalu mahal kasihan juga pembeli karena mereka pasti membandingkan harga dengan pedagang lain. Jadi saya ambil untung secukupnya saja yang penting barang tetap laku dan pembeli juga merasa cocok. Kalau harga dari pemasok naik tentu harga jual juga sedikit naik, kalau turun saya juga turunkan harga jualanku. Pernah juga pembeli bertanya kenapa harga berbeda dengan tempat lain, jadi saya jelaskan sesuai kenyataannya supaya tidak ada salah paham.

¹²⁸ Suri, Pedagang Campuran di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

Tetapi begitu nak pendapatanku begitu-begitu terusji masih tetapji sama pas awal awal, tapi setidaknya haruski tetap sabar dan berusaha to jual dagangan mungkin saat ini masih begituji rezeki yang kudapat yang penting ada untuk kebutuhan juga.”¹²⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Ibu Dahing telah melakukan berbagai penyesuaian dalam menjalankan usahanya, terutama melalui penyesuaian harga sesuai dengan kondisi pasar. Namun, hingga penelitian ini dilakukan, kondisi pendapatannya belum mengalami perubahan yang signifikan karena jumlah pembeli masih relatif terbatas dibandingkan sebelum relokasi. Meskipun demikian, informan tetap berusaha mempertahankan usahanya dan terus menjalankan aktivitas perdagangan.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa upaya mempertahankan keberlangsungan usaha setelah relokasi dilakukan melalui penyesuaian harga sesuai kondisi pasar dan kemampuan pembeli, mengutamakan perputaran modal, serta menjaga kejujuran dan keterbukaan dalam memberikan informasi mengenai harga barang. Berbagai strategi tersebut membantu sebagian pedagang mempertahankan usahanya dan memperbaiki kondisi pendapatan secara bertahap. Namun, terdapat pula pedagang yang belum merasakan peningkatan pendapatan karena jumlah pembeli di lokasi baru masih belum kembali seperti sebelum relokasi.

c. Strategi Adaptasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang

Berdasarkan Prinsip Tanggungjawab dan Kepercayaan (*Al-Amanah*)

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa selain menerapkan kejujuran dan keadilan dalam berdagang, para pedagang juga berupaya menjaga amanah

¹²⁹ Dahing, Pedagang Rempah-Rempah di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

sebagai salah satu strategi adaptasi pasca relokasi. Amanah diwujudkan melalui sikap bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan kepada pembeli, menjaga kualitas barang dagangan, memberikan informasi yang benar mengenai kondisi barang, serta menjelaskan perubahan harga secara terbuka. Para pedagang menyadari bahwa menjaga amanah merupakan salah satu cara untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan sehingga mereka tetap bersedia berbelanja meskipun lokasi pasar telah berpindah. Kepercayaan tersebut dinilai memberikan dampak terhadap keberlangsungan usaha dan kondisi pendapatan pedagang.

Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Hj. Darmawati selaku pedagang buah nanas menyatakan bahwa:

“Sekarang saya lebih sering menjelaskan kualitas barang kepada pembeli karena haruski juga menjaga kepercayaannya. Jadi kalau ada yang bertanya saya jelaskan apa adanya sesuai kondisi barang yang saya jual. Karena ada biasa pembeli itu bertanya manis ga ini nanas ta atau tidak dan saya biasanya jelaskan kalau yang warna merah itu manis kalau yang mengkal manis-manis sedikit karena ada itu biasa orang juga cari yang manis ada juga biasa orang cari yang maui kalau ada kecut-kecutnya jadi saya pisah memangmi. Jadi kalau datang biasa pembeli bertanya langsungmi saya jelaskan begitu secara jujur karena tidak boleh ki bohong-bohongi orang. Kalau pembeli puas dengan kualitas barang yang dibelinya, biasanya dia kembali lagi membeli dan hasil jualan bisa lebih baik.”¹³⁰

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Ibu Hj. Darmawati menjaga kepercayaan pelanggan dengan memberikan penjelasan yang jelas mengenai kualitas barang sesuai dengan kondisi sebenarnya. Menurut informan, kepuasan pelanggan mendorong terjadinya pembelian ulang sehingga hasil penjualan dan kondisi pendapatan menjadi lebih baik dibandingkan sebelumnya.

¹³⁰ Hj. Darmawati, Pedagang Buah Nanas di Pasar Sentral Lakessi, Wawancara di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Sakka selaku pedagang buah-buahan yang menyatakan:

“Kita begini pedagang pasti haruski bertanggung jawab sama jualan yang dijual, kalau ada buah yang sudah matang saya bilang matang, kalau ada yang masih mengkal saya juga bilang begitu supaya pembeli tidak kecewa. Karena kalau pembeli puas dengan kualitas buah yang dibelinya, biasanya dia kembali lagi membeli. Jadi menurut saya kualitas barang sama kejujuran itu yang paling penting dalam berdagang.”¹³¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa informan berusaha memberikan informasi yang sesuai mengenai kondisi buah yang dijual agar pembeli tidak merasa kecewa setelah melakukan pembelian. Sikap tersebut membantu menjaga kepuasan dan kepercayaan pelanggan sehingga mendorong mereka untuk kembali berbelanja. Kondisi tersebut turut memberikan dampak terhadap meningkatnya hasil penjualan dan pendapatan usaha.

Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak seluruh pedagang memperoleh dampak yang sama. Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Dahing selaku pedagang rempah-rempah yang menyatakan:

“Kalau rempah-rempah itu biasa pembeli tidak selalu beli banyak. Kadang hanya beli sedikit sesuai kebutuhan masakannya. Jadi saya harus tetap melayani dengan baik walaupun pembeli hanya membeli sedikit, karena dari situmi biasanya pembeli kembali lagi dan jadi langganan. Tapi kembali lagi nak sudah saya bilang tadi itu pendapatan ku tetap samaji yang kudapat pas awal relokasi belum ada perubahan.”¹³²

Dari hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Ibu Dahing tetap berupaya memberikan pelayanan yang baik kepada setiap pembeli tanpa membedakan jumlah pembelian yang dilakukan. Pelayanan tersebut membantu

¹³¹ Sakka, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

¹³² Dahing, Pedagang Rempah-Rempah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan mendorong terbentuknya pelanggan tetap. Namun, hingga saat penelitian dilakukan, kondisi pendapatan yang diperoleh masih belum mengalami perubahan yang signifikan dibandingkan pada masa awal relokasi.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa para pedagang berupaya menjaga kepercayaan pelanggan melalui tanggung jawab dalam menjaga kualitas barang, memberikan pelayanan yang baik, serta menyampaikan informasi mengenai kondisi barang secara jelas kepada pembeli. Upaya tersebut membantu mempertahankan pelanggan dan mendorong terjadinya pembelian ulang. Dampaknya, sebagian besar pedagang merasakan kondisi penjualan dan pendapatan yang mulai membaik setelah relokasi, meskipun terdapat pedagang yang pendapatannya belum mengalami perubahan yang signifikan.

d. Strategi Adaptasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang
Berdasarkan Prinsip Kemanfaatan (*Mashlahah*)

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa selain menerapkan kejujuran, keadilan, dan amanah, para pedagang juga berupaya menciptakan kemanfaatan (*mashlahah*) bagi pembeli sebagai salah satu strategi adaptasi pasca relokasi. Kemanfaatan tersebut diwujudkan melalui berbagai cara, seperti menjual barang dengan harga yang terjangkau, memberikan potongan harga atau bonus kepada pelanggan tertentu, membuat paket sayuran agar lebih praktis bagi pembeli, serta mengutamakan kelancaran penjualan dibandingkan memperoleh keuntungan yang besar. Menurut para pedagang, strategi tersebut tidak hanya memberikan manfaat bagi pembeli, tetapi juga membantu mempertahankan usaha sehingga pendapatan dapat kembali berangsur membaik.

Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Reva selaku pedagang sayuran menyatakan:

“Jadi di sini modalnya dulu yang harus kembali, kalau keuntungan itu belakangan karena tidak bisa apa-apa kalau tiap hari modal terus berkurang. Alhamdulillah dengan cara-caraku tadi modal bisa kembali walaupun untungnya belum seperti dulu. Yang paling membantu itu waktu saya jual murah sama bikin paket sop-sopan. Jadi pembeli lebih mudah karena tidak perlu lagi cari satu-satu kentang, wortel, dan lainnya. Dari situ banyak pembeli yang tertarik beli dan ada juga yang jadi langganan.”¹³³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Reva menyediakan paket sayuran agar pembeli lebih mudah memperoleh kebutuhan dalam satu kali pembelian. Menurut informan, cara tersebut membuat pembeli merasa lebih praktis sehingga menarik minat masyarakat untuk berbelanja dan membantu menambah jumlah pelanggan.

Hal yang hampir sama juga disampaikan oleh Ibu Hasna. Beliau mengungkapkan bahwa setelah relokasi dirinya tidak lagi berorientasi memperoleh keuntungan yang besar, melainkan lebih mengutamakan agar pembeli tetap datang dan usaha dapat terus berjalan. Ibu Hasna selaku pedagang bawang merah mengatakan:

“Kalau saya sekarang janganmi dulu cari untung banyak-banyak. Yang penting modal kembali dulu supaya ada lagi dipakai membeli barang. Saya juga tidak menjual terlalu mahal supaya pembeli tidak keberatan dan tetap mau belanja di sini. Jadi kalau tidak disesuaikan harga dan jenis jualan dengan kebutuhan pembeli, susah juga bertahan. Alhamdulillah sekarang pendapatan juga sudah kembali seperti dulu.”¹³⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Ibu Hasna lebih mengutamakan kelancaran penjualan dan perputaran modal dibandingkan

¹³³ Reva, Pedagang Sayuran di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

¹³⁴ Hasna, Pedagang Bawang Merah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 21 Mei 2026.

memperoleh keuntungan yang besar. Penyesuaian harga dilakukan agar sesuai dengan kemampuan pembeli dan kondisi pasar. Strategi tersebut membantu mempertahankan pelanggan sehingga pendapatan usaha berangsur membaik dan kembali seperti sebelum relokasi.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa beberapa pedagang memberikan bonus atau potongan harga kepada pelanggan tetap sebagai bentuk penghargaan sekaligus upaya mempertahankan loyalitas pelanggan. Sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Sakka selaku pedagang buah-buahan yang mengatakan:

“Kalau saya kasih bonus biasanya kepada pembeli yang memang sering belanja atau membeli dalam jumlah banyak. Jadi bukan karena membedakan orang, tetapi sebagai bentuk penghargaan kepada pelanggan yang sudah sering berbelanja.”¹³⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Ibu Sakka memberikan bonus kepada pelanggan tetap maupun pembeli yang melakukan pembelian dalam jumlah besar sebagai bentuk apresiasi atas loyalitas mereka. Menurut informan, cara tersebut membuat pelanggan merasa dihargai sehingga mendorong mereka untuk kembali berbelanja dan mempertahankan hubungan baik antara pedagang dengan pelanggan.

Selain itu, Ibu Dina selaku pedagang bawang juga mengungkapkan bahwa pelayanan yang ramah menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kenyamanan pembeli. Beliau menyatakan:

“Iya sangat membantu karena kan kalau kita menjual itu haruski ramah, senyum tidak boleh cuek sama pembeli dan kalau bisa kita ajak juga itu pembeli bercanda supaya pembeli juga nyaman na rasa kalau belanja sama kita. karena kalau ramahki sama pembeli dan jualan ta juga sesuai dengan

¹³⁵ Sakka, Pedagang Buah-Buahan di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

kebutuhan mereka, biasanya pembeli juga kembali lagi. Dari situmi pendapatan perlahan membaik.”¹³⁶

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Ibu Dina berusaha menciptakan suasana yang nyaman melalui pelayanan yang ramah dan komunikasi yang baik dengan pembeli. Menurut informan, sikap tersebut membuat pelanggan merasa dihargai sehingga terdorong untuk kembali berbelanja. Kondisi tersebut turut membantu meningkatkan penjualan dan memperbaiki kondisi pendapatan secara bertahap.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi Adaptasi Pedagang Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare

a. Adaptasi Perilaku Pedagang Pasca Relokasi

Adaptasi perilaku merupakan bentuk penyesuaian yang paling awal dilakukan pedagang setelah relokasi ke dalam area Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare. Perpindahan lokasi berdagang mengubah kondisi usaha yang sebelumnya telah terbentuk. Sebelum relokasi, pembeli lebih mudah menemukan pedagang karena lokasi berjualan berada di area yang sering dilalui masyarakat. Namun, setelah dipindahkan ke dalam pasar, pedagang menghadapi penurunan jumlah pembeli karena banyak pelanggan belum mengetahui lokasi baru mereka. Kondisi tersebut mendorong pedagang untuk mengubah cara berinteraksi dengan pembeli agar aktivitas perdagangan tetap berlangsung.

Berdasarkan hasil penelitian, perubahan perilaku tersebut terlihat dari upaya pedagang yang menjadi lebih aktif menyapa pembeli, menawarkan barang dagangan,

¹³⁶ Dina, Pedagang Bawang Merah di Pasar Sentral Lakessi, *Wawancara* di Kota Parepare tanggal 23 Mei 2026.

serta membangun komunikasi agar pembeli mengetahui lokasi baru tempat mereka berjualan. Pedagang juga berusaha memberikan pelayanan yang lebih baik dengan bersikap ramah, sabar, dan sopan kepada setiap pembeli tanpa membedakan jumlah pembeliannya. Selain itu, pedagang tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan lama dengan cara memberikan informasi mengenai lokasi dagang yang baru sehingga pelanggan tetap datang berbelanja. Perubahan perilaku tersebut menunjukkan bahwa pedagang menyadari keberhasilan mempertahankan usaha setelah relokasi tidak hanya bergantung pada barang yang dijual, tetapi juga pada kemampuan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Hubungan yang telah terjalin sebelum relokasi menjadi modal sosial yang berperan penting dalam menarik kembali pelanggan di tengah perubahan kondisi pasar.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa adaptasi yang dilakukan pedagang bukan sekadar menyesuaikan diri terhadap perpindahan tempat berdagang, tetapi juga mengubah pola pelayanan dan komunikasi agar sesuai dengan kondisi lingkungan usaha yang baru. Hal ini sejalan dengan konsep *adaptive behavior* yang dikemukakan oleh John William Bennett yang menjelaskan bahwa perubahan lingkungan akan mendorong individu melakukan penyesuaian perilaku agar mampu bertahan dalam situasi yang baru.¹³⁷ Dalam penelitian ini, perubahan lingkungan tersebut berupa relokasi pedagang ke dalam area pasar yang mengharuskan mereka mengembangkan cara baru dalam menarik pembeli, meningkatkan kualitas pelayanan, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Dengan demikian, adaptasi perilaku yang dilakukan pedagang tidak muncul secara spontan, melainkan sebagai respons yang lahir dari kebutuhan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah

¹³⁷ John William Bennett, *Human Ecology as Human Behavior* (New York: Pergamon Press INC, 1996), 28-29.

perubahan lingkungan berdagang. Semakin mampu pedagang menyesuaikan perilakunya dengan kondisi baru, semakin besar pula peluang mereka untuk memperoleh kembali kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Slamet Rifai yang menunjukkan bahwa pelayanan yang baik, strategi penjualan, dan hubungan yang baik dengan pelanggan merupakan faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha pedagang.¹³⁸ Kesamaan tersebut terlihat pada upaya pedagang di Pasar Sentral Lakessi yang lebih mengutamakan pendekatan kepada pelanggan melalui pelayanan yang ramah, komunikasi yang lebih aktif, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan lama. Namun, penelitian ini menunjukkan konteks yang berbeda karena perubahan perilaku tersebut muncul sebagai bentuk adaptasi akibat relokasi pedagang yang mengubah lokasi berdagang. Perbedaan konteks ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan dan hubungan dengan pelanggan tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran, tetapi juga menjadi bentuk adaptasi yang membantu pedagang bertahan ketika menghadapi perubahan lingkungan usaha akibat kebijakan relokasi.

b. Adaptasi Siasat Pedagang Pasca Relokasi

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare tidak hanya menyesuaikan perilaku setelah relokasi, tetapi juga menerapkan berbagai siasat untuk mempertahankan usahanya. Perubahan lokasi berdagang menyebabkan jumlah pembeli tidak lagi sama seperti sebelumnya sehingga pedagang harus mencari berbagai cara agar usaha tetap berjalan. Bentuk adaptasi siasat yang dilakukan terlihat

¹³⁸ Slamet Rifai, *Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Dengan E-Commerce (Studi Kasus Pasar Seputih Surabaya Lampung Tengah)* (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: UIN Jurai Siwo Lampung, 2026).

dari upaya menyesuaikan harga jual dan target keuntungan dengan menetapkan harga yang lebih terjangkau agar barang tetap laku dan perputaran modal tetap berlangsung. Selain itu, pedagang tetap menjaga kualitas barang dagangan agar sesuai dengan harapan pembeli, sekaligus berusaha memperkenalkan kembali lokasi usahanya kepada pelanggan melalui komunikasi secara langsung maupun media komunikasi sederhana. Sebagian pedagang juga memberikan diskon, potongan harga, atau bonus untuk menarik minat pembeli dan mempertahankan pelanggan. Di samping itu, pedagang menata kembali barang dagangan agar lebih rapi, menarik, dan mudah dijangkau pembeli, bahkan mengelompokkan barang dalam bentuk paket untuk memudahkan proses pembelian. Berbagai strategi tersebut menunjukkan bahwa pedagang tidak hanya berusaha mempertahankan usahanya dengan satu cara, tetapi memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki, baik melalui pengelolaan usaha maupun hubungan sosial dengan sesama pedagang, agar tetap mampu bertahan setelah relokasi.

Berbagai bentuk penyesuaian tersebut menunjukkan bahwa adaptasi siasat merupakan langkah yang disusun secara sadar oleh pedagang untuk menghadapi perubahan kondisi usaha setelah relokasi. Berbeda dengan adaptasi perilaku yang lebih menekankan perubahan cara berinteraksi dengan pembeli, adaptasi siasat lebih menitikberatkan pada tindakan nyata yang dilakukan pedagang untuk menjaga keberlangsungan usahanya. Hal ini sejalan dengan konsep *adaptive strategy* yang dikemukakan oleh John William Bennett, yaitu bahwa individu akan menyusun strategi tertentu dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menghadapi perubahan lingkungan dan mencapai tujuan yang diinginkan.¹³⁹ Dalam penelitian ini,

¹³⁹ John William Bennett, *Human Ecology as Human Behavior* (New York: Pergamon Press INC, 1996), 28-29.

perubahan lingkungan terjadi akibat relokasi pedagang dari area luar ke dalam Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare yang mengubah akses pembeli, pola kunjungan konsumen, dan kondisi perdagangan. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi yang diterapkan pedagang bukan dilakukan secara acak, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan usaha yang dihadapi setelah relokasi. Penyesuaian harga, menjaga kualitas barang, memberikan potongan harga, menata barang dagangan, serta membangun kerja sama dengan sesama pedagang menunjukkan adanya upaya yang terarah untuk mempertahankan pelanggan, menjaga aktivitas perdagangan, dan mengurangi dampak relokasi terhadap usaha mereka.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Faturachman, Naufal Riandra Saputra, Raditian, dan Maya Panorama yang menunjukkan bahwa pedagang melakukan berbagai strategi untuk mempertahankan usahanya ketika menghadapi perubahan kondisi perdagangan.¹⁴⁰ Kesamaan tersebut terlihat pada upaya pedagang yang menyusun berbagai langkah sebagai bentuk penyesuaian terhadap perubahan yang memengaruhi aktivitas usahanya. Namun, penelitian ini memiliki perbedaan karena strategi yang dilakukan pedagang di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare merupakan respons terhadap relokasi yang mengubah lokasi berdagang sehingga berdampak pada jumlah pembeli dan aktivitas perdagangan, sedangkan penelitian Faturachman lebih menekankan strategi pedagang dalam menghadapi perubahan kondisi perdagangan yang dipengaruhi oleh faktor lain. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan pedagang dalam penelitian ini tidak hanya bertujuan meningkatkan penjualan, tetapi juga menjadi bentuk adaptasi

¹⁴⁰ Faturachman et al., "Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Persaingan Dengan Pasar Modern Di Kota Palembang," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis* 6, no. 1 (2025).

terhadap perubahan lingkungan usaha akibat relokasi. Dengan demikian, adaptasi siasat menggambarkan kemampuan pedagang dalam menentukan berbagai langkah yang sesuai dengan kondisi usahanya sehingga aktivitas perdagangan tetap berlangsung, pelanggan dapat dipertahankan, dan usaha tetap memiliki peluang untuk terus bertahan di tengah perubahan lingkungan berdagang.

c. Adaptasi Proses Pedagang Pasca Relokasi

Berdasarkan hasil penelitian, relokasi pedagang dari area luar ke dalam Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare tidak hanya menyebabkan perubahan lokasi berdagang, tetapi juga memunculkan proses penyesuaian yang berlangsung secara bertahap. Pada awal relokasi, sebagian besar pedagang mengalami kesulitan karena harus meninggalkan lokasi usaha yang telah lama ditempati. Kondisi tersebut menyebabkan jumlah pembeli menurun, pendapatan berkurang, serta menimbulkan kekhawatiran terhadap keberlangsungan usaha. Seiring berjalannya waktu, pedagang mulai menyesuaikan usahanya dengan kondisi pasar di lokasi baru, seperti mengatur kembali jenis dan jumlah barang dagangan sesuai kebutuhan pembeli. Pedagang yang menjual komoditas mudah rusak memilih mengurangi stok untuk menghindari kerugian, sedangkan pedagang lainnya menambah atau mengurangi variasi barang sesuai dengan minat konsumen. Melalui aktivitas berdagang setiap hari, pedagang mulai memahami waktu kunjungan pembeli, jenis barang yang paling diminati, serta cara yang lebih efektif menarik perhatian konsumen. Kondisi tersebut diikuti dengan mulai kembalinya pelanggan lama dan bertambahnya pembeli baru sehingga sebagian besar pedagang mampu menjalankan usahanya dengan kondisi yang lebih stabil meskipun pendapatan belum sepenuhnya kembali seperti sebelum relokasi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan pedagang untuk bertahan setelah relokasi

tidak diperoleh dalam waktu yang singkat, tetapi berkembang melalui penyesuaian yang dilakukan secara terus-menerus terhadap kondisi perdagangan yang mereka hadapi.

Proses penyesuaian tersebut memperlihatkan bahwa adaptasi pedagang berlangsung secara bertahap, dimulai dari menghadapi kesulitan pada awal relokasi, kemudian mengenali kondisi pasar, hingga akhirnya mampu menyesuaikan pengelolaan usahanya dengan lingkungan yang baru. Kondisi ini sejalan dengan konsep *adaptive process* yang dikemukakan oleh John William Bennett, yang menjelaskan bahwa adaptasi merupakan proses penyesuaian yang berlangsung secara bertahap melalui pengalaman hingga individu mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan yang baru.¹⁴¹ Dalam penelitian ini, pengalaman berdagang setelah relokasi menjadi bagian penting dalam membantu pedagang memahami perubahan yang terjadi, mulai dari karakteristik pembeli, pola kunjungan konsumen, hingga kebutuhan pasar di lokasi baru. Hal ini menunjukkan bahwa proses adaptasi tidak berhenti pada perubahan perilaku maupun penerapan berbagai strategi, tetapi berlanjut pada kemampuan pedagang mempelajari kondisi yang dihadapi dan menyesuaikan usahanya secara bertahap. Proses tersebut menjadi dasar bagi pedagang untuk menentukan cara berdagang yang lebih sesuai dengan lingkungan usaha yang baru.

Dengan demikian, adaptasi proses yang dialami pedagang di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare menggambarkan bahwa kemampuan bertahan setelah relokasi merupakan hasil dari proses belajar yang berlangsung secara berkesinambungan. Semakin pedagang memahami kondisi pasar melalui pengalaman berdagang, semakin

¹⁴¹ John William Bennett, *Human Ecology as Human Behavior* (New York: Pergamon Press INC, 1996), 28-29.

besar kemampuan mereka untuk menyesuaikan usaha dengan perubahan lingkungan. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha pasca relokasi tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan mengubah perilaku atau menyusun strategi, tetapi juga oleh proses pembelajaran yang memungkinkan pedagang mencapai kondisi usaha yang lebih stabil seiring berjalannya waktu.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, strategi adaptasi yang dilakukan pedagang pasca relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare tidak hanya terlihat dari satu bentuk penyesuaian, tetapi merupakan rangkaian adaptasi yang saling berkaitan. Adaptasi perilaku tercermin dari perubahan cara pedagang berinteraksi dan membangun hubungan dengan pembeli, adaptasi siasat terlihat melalui berbagai langkah yang direncanakan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha, sedangkan adaptasi proses menunjukkan bahwa kemampuan pedagang dalam menghadapi perubahan terbentuk secara bertahap melalui pengalaman selama berdagang di lokasi baru. Ketiga bentuk adaptasi tersebut saling melengkapi dan menjadi dasar bagi pedagang untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan usaha setelah relokasi.

Kondisi tersebut sejalan dengan teori adaptasi yang dikemukakan oleh John William Bennett yang menjelaskan bahwa adaptasi merupakan proses penyesuaian individu atau kelompok terhadap perubahan lingkungan untuk mencapai keseimbangan baru.¹⁴² Dalam penelitian ini, relokasi pedagang menjadi bentuk perubahan lingkungan yang mendorong pedagang melakukan berbagai penyesuaian, baik melalui perubahan perilaku, penerapan berbagai siasat usaha, maupun proses pembelajaran yang berlangsung secara bertahap. Dengan demikian, berbagai bentuk

¹⁴² John William Bennett, *Human Ecology as Human Behavior* (New York: Pergamon Press INC, 1996), 28-29.

penyesuaian tersebut menunjukkan bahwa kemampuan pedagang mempertahankan usahanya setelah relokasi tidak terbentuk secara instan, melainkan berkembang melalui proses adaptasi yang memungkinkan pedagang mencapai kondisi usaha yang lebih stabil dan mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan perdagangan yang baru.

2. Dampak Strategi Adaptasi terhadap Pendapatan Pedagang Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare

Berdasarkan hasil penelitian, relokasi pedagang yang dilakukan di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare membawa perubahan terhadap kondisi pendapatan pedagang. Pada masa awal relokasi, sebagian besar pedagang mengalami penurunan jumlah pembeli karena banyak pelanggan belum mengetahui lokasi baru tempat mereka berjualan. Akibatnya, aktivitas jual beli menjadi berkurang sehingga pendapatan pedagang ikut menurun dibandingkan sebelum relokasi. Perubahan lokasi berdagang tidak hanya memengaruhi tempat usaha, tetapi juga memengaruhi aktivitas perdagangan yang selama ini menjadi sumber utama pendapatan pedagang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Milen Eva Pertiwi, Titin Agustin Nengsih, dan Yuliana Safitri yang menunjukkan bahwa relokasi pasar dapat menyebabkan penurunan pendapatan pedagang akibat berkurangnya jumlah pengunjung.¹⁴³ Namun, penelitian ini tidak hanya menunjukkan adanya penurunan pendapatan setelah relokasi, tetapi juga memperlihatkan berbagai strategi adaptasi yang dilakukan pedagang agar usahanya tetap dapat bertahan. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa penurunan pendapatan bukan menjadi akhir dari aktivitas usaha pedagang,

¹⁴³ Milen Eva Pertiwi, Titin Agustin Nengsih, and Yuliana Safitri, "Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Di Pasar Rakyat Talang Banjar Kecamatan Jambi Timur)," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis (JIMEB)*, 3, no. 1 (2024).

melainkan menjadi awal bagi pedagang untuk melakukan berbagai penyesuaian agar usahanya tetap berjalan di tengah perubahan yang terjadi.

Menghadapi kondisi tersebut, pedagang tidak hanya menunggu keadaan kembali seperti semula, tetapi mulai melakukan berbagai strategi adaptasi, seperti menyesuaikan jenis dan jumlah barang dagangan, melakukan promosi, memberikan potongan harga atau bonus kepada pelanggan, menata ulang barang dagangan agar lebih menarik, meningkatkan kualitas pelayanan, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan lama. Berbagai upaya tersebut dilakukan agar pembeli kembali datang dan aktivitas perdagangan dapat meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang memilih untuk merespons perubahan secara aktif, karena mereka menyadari bahwa menunggu pembeli datang tanpa melakukan penyesuaian akan membuat kondisi usahanya semakin sulit berkembang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak dari strategi adaptasi yang dilakukan pedagang tidak memberikan hasil yang sama pada setiap pedagang. Sebagian besar pedagang mengaku pendapatannya mulai membaik karena pelanggan lama kembali berbelanja setelah mengetahui lokasi baru mereka, bahkan beberapa pedagang menyatakan pendapatannya sudah mendekati atau melebihi kondisi sebelum relokasi. Namun, masih terdapat pedagang yang mengaku pendapatannya belum mengalami perubahan yang berarti sejak relokasi dilakukan. Kondisi tersebut sejalan dengan teori pendapatan yang dikemukakan oleh Sadono Sukirno yang menyatakan bahwa pendapatan merupakan hasil yang diperoleh dari aktivitas usaha perdagangan dan dipengaruhi oleh hasil penjualan.¹⁴⁴ Hal tersebut terlihat pada

¹⁴⁴ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 38.

pedagang di Pasar Sentral Lakessi, di mana pedagang yang jumlah pembelinya mulai meningkat setelah melakukan berbagai strategi adaptasi cenderung mengalami perbaikan pendapatan, sedangkan pedagang yang jumlah pembelinya masih sedikit belum mengalami perubahan pendapatan yang berarti.

Keadaan ini memperlihatkan bahwa strategi adaptasi memang memberikan peluang bagi pedagang untuk memperbaiki kondisi usahanya, tetapi hasil yang diperoleh tidak selalu sama karena dipengaruhi oleh kondisi masing-masing usaha, seperti lokasi lapak, jenis barang dagangan, serta jumlah pembeli. Temuan ini juga memperlihatkan bahwa strategi adaptasi bukan merupakan faktor yang secara langsung meningkatkan pendapatan pedagang, tetapi menjadi faktor yang membantu proses pemulihan pendapatan setelah relokasi. Strategi yang dilakukan membantu pedagang mempertahankan keberlangsungan usahanya, menjaga pelanggan lama, serta membuka peluang memperoleh pembeli baru. Dengan demikian, pendapatan yang mulai membaik bukan hanya dipengaruhi oleh strategi adaptasi, tetapi juga oleh bertambahnya jumlah pembeli serta kemampuan pedagang memanfaatkan peluang usaha di lokasi baru.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, strategi adaptasi memiliki peran penting dalam membantu pedagang menghadapi perubahan setelah relokasi. Keberhasilan pedagang dalam memperbaiki kondisi pendapatan tidak hanya bergantung pada strategi yang dilakukan, tetapi juga pada kemampuan mereka membaca kondisi pasar dan memanfaatkan peluang yang muncul di lokasi baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut cenderung memiliki peluang yang lebih besar untuk memperoleh kembali pelanggan dan memperbaiki pendapatannya. Meskipun demikian, tingkat

pendapatan yang diperoleh setiap pedagang tetap berbeda karena dipengaruhi oleh karakteristik usaha, lokasi lapak, jenis barang dagangan, jumlah pelanggan, serta kemampuan masing-masing pedagang dalam beradaptasi.

3. Strategi Adaptasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, strategi adaptasi yang dilakukan pedagang di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare pasca relokasi tidak hanya dapat dipahami sebagai upaya untuk mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah perubahan lokasi berdagang, tetapi juga berkaitan dengan perubahan kondisi pendapatan yang mereka alami setelah relokasi. Hal ini karena setiap aktivitas perdagangan dalam Islam tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan cara memperoleh pendapatan, hubungan antara pedagang dan pembeli, serta nilai-nilai etika yang melandasinya. Oleh karena itu, strategi adaptasi yang dilakukan pedagang beserta dampaknya terhadap pendapatan dapat dianalisis lebih jauh melalui penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam aktivitas perdagangan sehari-hari.

Dalam penelitian ini, strategi adaptasi yang dilakukan pedagang di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare pasca relokasi dipahami melalui penerapan nilai-nilai ekonomi syariah dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Analisis dilakukan dengan merujuk pada empat prinsip utama, yaitu kejujuran (*shiddiq*), keadilan (*'adl*), tanggungjawab dan kepercayaan (*Al-Amanah*), dan kemanfaatan (*mashlahah*), yang

tercermin dalam cara pedagang menjalankan aktivitas usaha serta dalam proses memperoleh pendapatan.¹⁴⁵

a. Strategi Adaptasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang Berdasarkan Prinsip Kejujuran (*Shiddiq*).

Berdasarkan hasil penelitian di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, kejujuran (*shiddiq*) menjadi salah satu strategi yang diterapkan pedagang untuk menyesuaikan diri setelah relokasi dari area luar ke dalam pasar. Berkurangnya jumlah pembeli pada masa awal relokasi membuat pedagang berupaya mengembalikan kepercayaan pelanggan melalui sikap jujur dalam setiap transaksi. Pedagang menjelaskan kondisi barang sesuai dengan keadaan sebenarnya, tidak menutupi kekurangan barang dagangan, serta memberikan informasi yang sesuai dengan kualitas barang. Beberapa pedagang bahkan memperlihatkan langsung kondisi barang kepada pembeli agar tidak terjadi kesalahpahaman. Cara tersebut menunjukkan bahwa membangun kembali kepercayaan pelanggan lebih diutamakan daripada memperoleh keuntungan dalam waktu singkat. Pedagang menyadari bahwa pelanggan yang merasa percaya akan lebih yakin untuk kembali berbelanja meskipun lokasi usaha telah berpindah.

Hal ini sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang *batil* (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar

¹⁴⁵ Tate Agape Bawana et al., *Pemasaran Syariah (Teori Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam)* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2023), 37–40.

suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹⁴⁶

Ayat tersebut menegaskan bahwa setiap transaksi harus dilakukan secara jujur dan atas dasar kerelaan kedua belah pihak. Kondisi ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pedagang memilih menyampaikan kondisi barang secara terbuka sehingga pembeli mengetahui kualitas barang sebelum melakukan transaksi. Keterbukaan tersebut membuat transaksi berlangsung lebih transparan serta menghindarkan praktik *tadlis* (penipuan) dan *gharar* (ketidakjelasan). Sikap tersebut juga memperlihatkan bahwa kepercayaan pelanggan menjadi hal yang lebih diutamakan karena menjadi dasar untuk mempertahankan hubungan baik setelah relokasi.

Selain itu Rasulullah SAW. juga bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ، وَالصِّدِّيقِينَ، وَالشُّهَدَاءِ¹⁴⁷

Artinya:

Seorang pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang *shiddiq*, dan para syuhada. (HR. Tirmidzi 3/515 no. 1209).

Hadis tersebut memperkuat pentingnya kejujuran dalam aktivitas perdagangan. Hal ini terlihat dari sikap pedagang yang tetap mempertahankan kejujuran meskipun kondisi usaha belum sepenuhnya pulih setelah relokasi. Penurunan jumlah pembeli tidak dijadikan alasan untuk menyembunyikan kondisi barang atau mengambil keuntungan melalui cara yang tidak benar. Sebaliknya, pedagang memilih menjaga kepercayaan pelanggan karena kepercayaan tersebut menjadi modal penting untuk mempertahankan usahanya.

¹⁴⁶ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

¹⁴⁷ Neni Hardiati, "Etika Bisnis Rasulullah Saw Sebagai Pelaku Usaha Sukses Dalam Perspektif Maqashid Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 18.

Dalam perspektif ekonomi syariah, praktik tersebut menunjukkan bahwa kejujuran tidak hanya menjadi bagian dari etika berdagang, tetapi juga menjadi ikhtiar dalam memperoleh rezeki yang halal. Keterbukaan dalam setiap transaksi mencerminkan upaya pedagang menjalankan usaha sesuai dengan prinsip syariah sehingga hubungan dengan pelanggan tetap terjaga dan usaha dapat terus berlangsung.

Dampak dari penerapan prinsip *shiddiq* terlihat pada kondisi pendapatan pedagang setelah relokasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa yakin terhadap kejujuran pedagang cenderung kembali melakukan pembelian. Kepercayaan tersebut membantu pedagang mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik pelanggan baru melalui rekomendasi dari pelanggan yang merasa puas. Kondisi ini membuat jumlah pembeli mulai meningkat sehingga pendapatan pedagang berangsur membaik dibandingkan pada masa awal relokasi. Meskipun peningkatan pendapatan yang dirasakan setiap pedagang berbeda-beda, hasil penelitian menunjukkan bahwa kejujuran menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan usaha setelah relokasi.

Dengan demikian, prinsip *shiddiq* tidak hanya menjadi nilai yang diterapkan pedagang dalam menjalankan aktivitas perdagangan, tetapi juga menjadi strategi adaptasi setelah relokasi. Kejujuran dalam menyampaikan kondisi barang, menjaga keterbukaan dalam transaksi, serta menghindari praktik *tadlis* dan *gharar* membantu membangun kembali kepercayaan pelanggan. Kepercayaan tersebut menjadi modal penting bagi pedagang untuk mempertahankan usaha sekaligus meningkatkan pendapatan melalui cara yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

b. Strategi Adaptasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang Berdasarkan Prinsip Keadilan ('Adl)

Berdasarkan hasil penelitian di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, prinsip keadilan ('adl) menjadi salah satu strategi adaptasi yang diterapkan pedagang setelah relokasi. Berkurangnya jumlah pembeli pada masa awal relokasi tidak membuat pedagang menaikkan harga untuk menutupi penurunan pendapatan. Sebagian pedagang tetap menetapkan harga yang wajar sesuai dengan kondisi pasar dan kualitas barang. Ada pula pedagang yang mengurangi margin keuntungan, memberikan potongan harga, atau bonus kepada pelanggan agar mereka tetap berbelanja di lokasi yang baru. Cara tersebut menunjukkan bahwa pedagang berusaha mempertahankan pelanggan tanpa mengabaikan hak pembeli untuk memperoleh harga yang sesuai.

Hal tersebut sejalan dengan firman Allah Swt. dalam QS. An-Nahl ayat 90:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ۝ ٩٠ ﴾

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat.¹⁴⁸

Ayat tersebut menegaskan bahwa keadilan harus menjadi dasar dalam setiap aktivitas perdagangan. Kondisi ini terlihat dari cara pedagang menetapkan harga yang tetap disesuaikan dengan kondisi pasar dan kualitas barang. Ketika terjadi perubahan harga dari pemasok, pedagang juga menjelaskan penyebabnya kepada pembeli

¹⁴⁸ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

sehingga pembeli dapat memahami alasan perubahan tersebut. Keterbukaan ini membuat transaksi berlangsung secara adil dan membantu menghindari praktik *ghabn fāhiś*, yaitu mengambil keuntungan secara berlebihan yang dapat merugikan pembeli.

Dalam perspektif ekonomi syariah, praktik tersebut juga mencerminkan upaya menjaga harta (*hifz al-mal*), baik harta pedagang maupun pembeli. Pedagang berusaha menjaga keberlangsungan modal usahanya melalui penjualan yang tetap berjalan, sementara pembeli memperoleh barang dengan harga yang wajar sesuai nilai dan kualitasnya. Dengan demikian, proses jual beli berlangsung secara seimbang tanpa mengabaikan hak salah satu pihak, sehingga tujuan menjaga harta sebagai salah satu *maqashid syariah* dapat diwujudkan melalui aktivitas perdagangan yang adil.

Dampak dari penerapan prinsip '*adl*' terlihat pada kondisi pendapatan pedagang setelah relokasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa penetapan harga yang tetap wajar membuat pelanggan merasa harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas barang yang diterima. Meskipun daya beli masyarakat mengalami perubahan setelah relokasi, pelanggan tetap bersedia berbelanja karena harga yang ditawarkan masih dapat dijangkau. Beberapa pedagang juga memilih mengurangi margin keuntungan agar barang tetap terjual dan perputaran modal tetap berjalan. Strategi tersebut membantu pedagang menjaga penjualan sehingga pendapatan yang sempat menurun mulai berangsur membaik. Kondisi ini menunjukkan bahwa penetapan harga yang adil tidak hanya memberikan manfaat bagi pembeli, tetapi juga membantu pedagang mempertahankan keberlangsungan usahanya setelah relokasi.

Dengan demikian, prinsip '*adl*' tidak hanya tercermin dalam penetapan harga yang wajar, tetapi juga menjadi strategi adaptasi yang membantu pedagang menghadapi perubahan setelah relokasi. Penyesuaian harga yang mempertimbangkan

kondisi pasar, kualitas barang, dan kemampuan pembeli menunjukkan adanya keseimbangan antara kepentingan pedagang dan pelanggan. Melalui cara tersebut, aktivitas perdagangan tetap berjalan secara adil, usaha dapat dipertahankan, dan pendapatan diperoleh melalui transaksi yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

c. Strategi Adaptasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang
Berdasarkan Prinsip Tanggung jawab atau Kepercayaan (*Al-Amanah*)

Berdasarkan hasil penelitian di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, prinsip *al-amanah* menjadi salah satu strategi adaptasi yang diterapkan pedagang setelah relokasi ke area dalam pasar. Berkurangnya jumlah pembeli pada masa awal relokasi mendorong pedagang untuk menunjukkan tanggung jawab dalam menjalankan usahanya. Tanggung jawab tersebut terlihat dari upaya pedagang menjaga kualitas barang dagangan, memberikan pelayanan yang baik kepada setiap pembeli, serta menyampaikan informasi mengenai barang secara benar agar pembeli memperoleh barang yang sesuai dengan harapannya. Sikap tersebut menjadi cara pedagang mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan di tengah perubahan lokasi usaha.

Hal tersebut sejalan dengan firman Allah Swt. dalam QS. An-Nisa ayat 58 sebagai berikut:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝٥٨﴾

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.¹⁴⁹

¹⁴⁹ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa amanah harus menjadi dasar dalam setiap aktivitas perdagangan. Kondisi ini terlihat dari tanggung jawab pedagang dalam menjaga kualitas barang dan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli. Pedagang tidak hanya berusaha menjual barang, tetapi juga memastikan bahwa barang yang diterima pembeli sesuai dengan informasi yang telah disampaikan. Cara tersebut menunjukkan bahwa pedagang berupaya memenuhi hak pembeli sebagai bagian dari tanggung jawab dalam menjalankan usahanya.

Dalam perspektif ekonomi syariah, praktik tersebut mencerminkan penerapan prinsip *al-amanah*, yaitu menjalankan usaha dengan penuh tanggung jawab. Tanggung jawab tersebut terlihat dari upaya pedagang menjaga kualitas barang, memberikan pelayanan yang baik, serta memenuhi hak pembeli sesuai dengan yang dijanjikan. Sikap ini menunjukkan bahwa pedagang tidak hanya berupaya menjual barang, tetapi juga berusaha mempertahankan kualitas usahanya sehingga pelanggan memperoleh barang dan pelayanan yang sesuai dengan harapan.

Dampak dari penerapan prinsip *al-amanah* terlihat pada keberlangsungan usaha pedagang setelah relokasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa tanggung jawab dalam menjaga kualitas barang dan pelayanan membuat pelanggan merasa puas terhadap barang yang dibeli. Kepuasan tersebut mendorong pelanggan untuk tetap memilih berbelanja pada pedagang yang sama ketika membutuhkan barang kembali. Bagi pedagang, kondisi ini membantu menjaga kelangsungan penjualan di tengah menurunnya jumlah pembeli setelah relokasi. Seiring dengan meningkatnya aktivitas jual beli, pendapatan pedagang mulai berangsur membaik meskipun peningkatan yang dirasakan setiap pedagang berbeda-beda.

Dengan demikian, prinsip *al-amanah* tidak hanya tercermin dalam tanggung jawab pedagang terhadap kualitas barang dan pelayanan, tetapi juga menjadi strategi adaptasi setelah relokasi. Menjaga kualitas barang, memberikan pelayanan yang baik, dan memenuhi hak pembeli menjadi upaya pedagang untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya. Melalui sikap tersebut, aktivitas perdagangan tetap berjalan dengan baik dan pendapatan diperoleh melalui cara yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

d. Strategi Adaptasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang Berdasarkan Prinsip Kemanfaatan (*Mashlahah*)

Berdasarkan hasil penelitian di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, prinsip *mashlahah* menjadi salah satu strategi adaptasi yang diterapkan pedagang setelah relokasi. Berbagai upaya dilakukan agar pelanggan tetap mudah memenuhi kebutuhannya meskipun lokasi usaha telah berubah. Bentuk penyesuaian tersebut antara lain menyediakan paket sayuran yang lebih praktis, memberikan bonus atau potongan harga, meningkatkan pelayanan kepada pembeli, serta memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan kembali lokasi usaha. Upaya-upaya tersebut menunjukkan bahwa pedagang tidak hanya berusaha mempertahankan penjualan, tetapi juga menghadirkan kemudahan dan manfaat yang dapat dirasakan langsung oleh pelanggan.

Hal tersebut sejalan dengan firman Allah Swt. dalam QS. Al-Hasyr ayat 7:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ لِي 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 yang diperoleh tanpa peperangan) yang dianugerahkan Allah kepada Rasul-Nya dari penduduk beberapa negeri adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak yatim, orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. (Demikian) agar harta itu tidak hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu terimalah. Apa yang dilarangnya bagimu tinggalkanlah. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya.¹⁵⁰

Ayat tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi tidak hanya berorientasi pada kepentingan pribadi, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi orang lain. Kondisi ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pedagang berupaya menghadirkan berbagai kemudahan bagi pelanggan setelah relokasi. Penyediaan paket sayuran yang lebih praktis, pemberian bonus, peningkatan pelayanan, serta promosi lokasi usaha menjadi bentuk penyesuaian yang memudahkan pelanggan memperoleh kebutuhan mereka. Dengan cara tersebut, manfaat dari aktivitas perdagangan tidak hanya dirasakan oleh pedagang, tetapi juga oleh pelanggan.

Dalam perspektif ekonomi syariah, praktik tersebut mencerminkan penerapan prinsip *mashlahah* karena strategi yang dilakukan tidak hanya bertujuan meningkatkan penjualan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Kemudahan yang diberikan kepada pelanggan menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan tetap memperhatikan manfaat bersama sehingga usaha dapat berkembang tanpa mengabaikan kebutuhan pelanggan.

Dampak dari penerapan prinsip *mashlahah* terlihat dari semakin mudahnya pelanggan mengakses barang sesuai dengan kebutuhannya setelah relokasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa paket sayuran yang lebih praktis, bonus, potongan

¹⁵⁰ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

harga, serta informasi mengenai lokasi usaha membantu pelanggan berbelanja dengan lebih mudah dan efisien. Kondisi tersebut membuat aktivitas jual beli kembali berjalan lebih baik dibandingkan pada masa awal relokasi. Meningkatnya aktivitas transaksi turut membantu mempercepat perputaran barang dagangan sehingga pendapatan pedagang mulai berangsur membaik. Meskipun perubahan yang dirasakan setiap pedagang tidak sama, berbagai bentuk kemudahan yang diberikan terbukti mendukung keberlangsungan usaha setelah relokasi.

Dengan demikian, prinsip *mashlahah* tidak hanya tercermin dalam upaya pedagang memberikan manfaat kepada pelanggan, tetapi juga menjadi strategi adaptasi setelah relokasi. Berbagai kemudahan yang diberikan melalui pelayanan, inovasi penjualan, dan penyesuaian usaha membantu memenuhi kebutuhan pelanggan sekaligus menjaga keberlangsungan aktivitas perdagangan. Melalui cara tersebut, pendapatan diperoleh tidak hanya dari meningkatnya penjualan, tetapi juga dari usaha yang memberikan manfaat bagi banyak pihak sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, strategi adaptasi yang dilakukan pedagang pasca relokasi di Pasar Sentral Lakessi merupakan bentuk ikhtiar untuk mempertahankan keberlangsungan usaha setelah terjadinya perubahan lokasi berdagang. Berbagai strategi dilakukan, seperti memperkenalkan kembali lokasi usaha melalui promosi, menyesuaikan harga sesuai kondisi pasar, menjaga kualitas barang, meningkatkan pelayanan, memberikan potongan harga atau bonus kepada pelanggan, serta memberikan berbagai kemudahan kepada pembeli agar aktivitas perdagangan tetap berjalan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi tersebut membantu pedagang mempertahankan usahanya dan secara bertahap memperbaiki kondisi pendapatan, meskipun hasil yang diperoleh setiap pedagang tidak sama

karena dipengaruhi oleh jumlah pembeli, jenis barang dagangan, serta kondisi usaha masing-masing. Keadaan ini memperlihatkan bahwa strategi adaptasi bukan hanya menjadi cara untuk mempertahankan penjualan, tetapi juga menjadi bentuk usaha pedagang dalam membangun kembali kepercayaan pelanggan setelah relokasi. Keberhasilan yang dicapai tidak hanya ditentukan oleh strategi yang dilakukan, tetapi juga oleh kemampuan setiap pedagang menyesuaikan diri dengan kondisi pasar yang baru.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pedagang tidak hanya diukur dari meningkatnya pendapatan, tetapi juga dari cara pedagang memperoleh pendapatan tersebut. Hal ini sejalan dengan konsep ekonomi syariah yang menekankan bahwa aktivitas ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus dilaksanakan sesuai dengan nilai-nilai syariah.¹⁵¹ Nilai tersebut terlihat dari cara pedagang menjaga kejujuran (*shiddiq*) dalam menyampaikan kondisi barang, menetapkan harga yang wajar (*'adl*), menjaga kualitas barang dan pelayanan sebagai bentuk tanggung jawab (*amanah*), serta memberikan manfaat dan kemudahan kepada pembeli (*mashlahah*). Pedagang juga berusaha menghindari praktik *tadlis* (menyembunyikan cacat barang), *gharar* (ketidakjelasan dalam transaksi), dan *ghabn fāhiś* (penetapan harga yang merugikan secara berlebihan), sehingga transaksi berlangsung secara adil dan saling menguntungkan.

Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa proses adaptasi yang dilakukan pedagang tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga menjaga kepercayaan pelanggan melalui cara berdagang yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan cara tersebut, pendapatan yang diperoleh tidak hanya menjadi

¹⁵¹ Irwan Misbach, *Ekonomi Syariah* (Gowa: Alauddin University Press, 2020), 15.

sumber penghasilan, tetapi juga dipandang sebagai *rizq* yang halal, menjadi bagian dari upaya menjaga harta (*hifz al-māl*), diharapkan membawa *barakah* (keberkahan), serta mengantarkan pada *falah*, yaitu keberhasilan dan kesejahteraan di dunia maupun di akhirat. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Afifah Dyan Nurlaili yang menunjukkan bahwa relokasi pasar memberikan dampak terhadap aktivitas ekonomi dan kondisi pendapatan pedagang dalam perspektif ekonomi syariah.¹⁵² Namun, penelitian ini memiliki perbedaan karena tidak hanya membahas dampak relokasi terhadap pendapatan, tetapi juga memperlihatkan bagaimana strategi adaptasi yang dilakukan menjadi bagian dari penerapan nilai-nilai ekonomi syariah dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya setelah relokasi.

Hal tersebut sejalan dengan firman Allah SWT. dalam QS. Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Terjemahnya:

Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.¹⁵³

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Islam mendorong setiap muslim untuk berusaha mencari karunia Allah melalui pekerjaan yang halal dengan tetap mengingat dan menaati ketentuan-Nya. Hal ini terlihat pada pedagang di Pasar Sentral Lakessi yang tetap berikhtiar mempertahankan usahanya setelah relokasi melalui berbagai

¹⁵² Afifah Dyan Nurlaili, *Analisis Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Relokasi PKL Alun-Alun Purbalingga)* (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri, 2023).

¹⁵³ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

strategi adaptasi tanpa mengabaikan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam berdagang. Cara tersebut menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh tidak hanya dipandang sebagai hasil aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai rezeki yang diperoleh melalui usaha yang halal dan diharapkan membawa keberkahan dalam kehidupan pedagang.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa strategi adaptasi yang dilakukan pedagang pasca relokasi tidak hanya berkontribusi terhadap keberlangsungan usaha dan perbaikan kondisi pendapatan, tetapi juga mencerminkan penerapan nilai-nilai ekonomi syariah dalam aktivitas perdagangan. Kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kemanfaatan menjadi landasan dalam proses adaptasi yang dilakukan pedagang sehingga hubungan dengan pelanggan tetap terjaga dan usaha dapat terus berlangsung. Pendapatan yang diperoleh melalui proses tersebut tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga mencerminkan *rizq* yang diperoleh secara halal, menjaga *hifz al-mal*, serta diharapkan membawa *barakah* bagi pedagang. Pada akhirnya, penerapan prinsip *shiddiq*, *'adl*, *al-amanah*, dan *mashlahah* dalam proses adaptasi menjadi bagian dari ikhtiar untuk mewujudkan *falah*, yaitu keberhasilan dan kesejahteraan yang tidak hanya dirasakan di dunia melalui keberlangsungan usaha dan perbaikan pendapatan, tetapi juga bernilai sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi adaptasi yang dilakukan pedagang pasca relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare terbukti membantu pedagang menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan usaha sehingga aktivitas perdagangan tetap dapat dipertahankan. Kemampuan bertahan tersebut tidak diperoleh secara instan, tetapi melalui perubahan perilaku, penyusunan berbagai siasat usaha, dan proses penyesuaian yang berlangsung secara bertahap hingga pedagang mampu mencapai kondisi usaha yang lebih stabil. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi adaptasi menjadi faktor penting dalam mendukung keberlangsungan usaha pedagang pasca relokasi.
2. Strategi adaptasi yang dilakukan pedagang berkontribusi dalam menjaga keberlangsungan usaha dan mendukung pemulihan kondisi pendapatan pasca relokasi, namun tidak dapat diposisikan sebagai faktor yang secara langsung menentukan peningkatan pendapatan. Pendapatan pedagang tetap dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti jumlah pembeli, lokasi lapak, jenis barang dagangan, dan kondisi lingkungan usaha. Oleh karena itu, strategi adaptasi lebih berperan sebagai upaya untuk memperbesar peluang mempertahankan dan memulihkan pendapatan dibandingkan sebagai faktor yang secara langsung meningkatkan pendapatan.

3. Ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, strategi adaptasi yang dilakukan pedagang telah mencerminkan penerapan prinsip kejujuran (*shiddiq*), keadilan (*'adl*), tanggung jawab (*al-amanah*), dan kemanfaatan (*mashlahah*). Hal ini menunjukkan bahwa pedagang tidak hanya berorientasi pada keberlangsungan usaha dan perolehan pendapatan, tetapi juga tetap menjalankan aktivitas perdagangan sesuai dengan nilai-nilai ekonomi syariah sehingga tercipta keseimbangan antara tujuan ekonomi dan tanggung jawab moral dalam menjalankan usaha.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi Pemerintah Daerah dan Pengelola Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare

Pemerintah Daerah dan pengelola Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare diharapkan dapat memberikan perhatian yang lebih optimal kepada pedagang pasca relokasi, khususnya dalam memperkenalkan lokasi baru pedagang kepada masyarakat melalui kegiatan promosi atau sosialisasi. Selain itu, pengelola pasar diharapkan melakukan evaluasi secara berkala terhadap kondisi pedagang setelah relokasi agar berbagai kendala yang dihadapi, seperti berkurangnya jumlah pembeli, dapat segera diidentifikasi dan diberikan solusi yang tepat sehingga aktivitas perdagangan dapat berjalan lebih optimal.

2. Bagi Pedagang

Pedagang diharapkan dapat terus mempertahankan dan mengembangkan strategi adaptasi yang telah dilakukan, seperti menjaga kualitas barang dagangan, memberikan pelayanan yang baik, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan,

serta menyesuaikan strategi usaha sesuai dengan kondisi pasar. Dalam menjalankan aktivitas perdagangan, pedagang juga diharapkan tetap menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah, yaitu *shiddiq*, *'adl*, *amanah*, dan *mashlahah*, sehingga usaha yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memberikan kemanfaatan dan keberkahan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada strategi adaptasi pedagang pasca relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi keberhasilan adaptasi pedagang pasca relokasi atau menggunakan pendekatan penelitian yang berbeda sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai keberlangsungan usaha pedagang setelah relokasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim, Kemenag 2019, LPMQ.
- Abadi, A. C. (2025). Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Islam pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Lama Baturaja, Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(2).
- Alfa. (2025). *Wali Kota Parepare Tinjau Penataan Pasar Lakessi, Tampung Aspirasi Pedagang Terdampak Relokasi*. 4 November. <https://www.sulselsatu.com>.
- Alisya, N. F. (2022). Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian Konvensional dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha di Pasar Tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(2).
- Anisa, R. (2022). *Revitalisasi Pasar Tradisional Pekalongan dan Dampaknya pada Pendapatan Para Pedagang*. Skripsi. Lampung: IAIN Metro.
- Apriani, D. (2021). *Strategi Adaptasi dan Pendapatan Pedagang Batik Pada Masa Pandemi COVID-19 di Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Aprianto, A. (2023). *Pengaruh Revitalisasi Pasar dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Mandala Kecamatan Bandar Mataram*. Skripsi. Lampung: IAIN Metro.
- Arsyad, M. (2025). *Pemerintah Parepare Tegaskan Relokasi Pasar Lakessi Demi Pasar yang Tertib dan Nyaman*. 7 November. <https://parepare.terkini.id>.
- Astuti, A. R. T., & Rukiah. (2019). Bisnis Halal dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis. *AL MA'ARIEF: Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*, 1(2).
- Bahri, A. (2013). *Ekonomi Islam Zakat Ajaran Kesejahteraan dan Keselamatan Ummat*. Cet I Parepare: Stain Parepare.
- Basya, M. M., & Farizky, A. (2025). Survival Strategy Pedagang Garmen Pasar Tradisional di Era Digital dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(3).

- Bawana, T. A. (2023). *Pemasaran Syariah (Teori dan Aplikasi dalam Ekonomi Islam)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Bennett, J. W. (1996). *Human Ecology As Human Behavior*. New York: Pergamon Press INC.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Chapra, M. U. (2000). *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Jakarta: Gema Insani.
- Dewintara, E., Semaun, S., & Bahri, A. (2024). Orientasi dan strategi bertahan persaingan kewirausahaan perempuan pada UMKM. *AL-MAIYYAH: Media Transformasi Gender Dalam Paradigma Sosial Keagamaan*, 17(1).
- Ernawaty, D. (2025). *Kota Parepare Dalam Angka 2025*. Parepare: BPS Kota Parepare. <https://share.google/2L5sygeuCSf6vQd5e>
- Faradiba, B. (2021). Marketing Strategy At Lakessi Market in Parepare, South Sulawesi During the Covid 19 Pandemic. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 15(2).
- Fatah, P. N. (2024). *Pengaruh Modal Awal, Jenis Dagangan, Lokasi, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Segamas Kabupaten Purbalingga*. Skripsi. Purwokerto: Universitas Nadhlatul Ulama Purwokerto.
- Fattah, A. (2024). Implementasi Maqashid Syariah dalam Ekosistem Ekonomi dan Keuangan Syariah di Indonesia: Analisis Pencapaian Kesejahteraan Sosial dan Ekonomi Berkelanjutan. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*
- Faturochman, Saputra, N. R., Raditian, & Panorama, M. (2025). Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional terhadap Persaingan dengan Pasar Modern di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 6(1).
- Fikri. (2023). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2023*. IAIN Parepare Nusantara Press.
- Gasali, I. (2023). *Tabdzir dan Israf (Menelisik Pola Konsumsi Mahasiswa Sistem Asrama)*. Malang: CV. Nakomu.
- Hardiati, N. (2021). Etika Bisnis Rasulullah SAW. Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1).

- Ihfa, N. Q. (2025). *Minat Pedagang Menggunakan Kios Pasca Revitalisasi Pasar Lakessi Kota Parepare (Analisis Masalah)*. Skripsi. Parepare: IAIN Parepare.
- Indra, D. S. (2021). *Dampak Relokasi Pasar terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Berbasis Modern Kabupaten Kuantan Singingi Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru.
- Khasanah, I. (2025). Urgensi Maqashid Syariah dalam Praktik Pemasaran dan Perdagangan Islam. *EKSY: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1).
- Kuncoro, M. (2008). *Strategi Pengembangan Pasar Modern Dan Tradisional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lete, M. F. (2022). Pengaruh Modal dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Banyuasri. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 2(2).
- Lexy, J. M. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- Manan, M. A. (2017). *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Pengadilan Agama*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mardatillah, F., & Fitriani, E. (2020). Strategi Adaptasi Pedagang di Pasar Penampungan Sementara Kota Pariaman. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 3(1). <https://doi.org/10.24036/perspektif.v3i1.226>
- Miftahudin, Istan, M., & Arifin, R. (2022). *Efektivitas relokasi lapak pedagang Pasar Atas Curup dalam perspektif ekonomi Islam* Skripsi. Curup: Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Misbach, I. (2020). *Ekonomi Syariah*. Gowa: Alauddin University Press.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nurlaili, A. D. (2023). *Analisis Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Relokasi PKL Alun-alun Purbalingga)*. Skripsi. Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Pakkana, M. (2024). *Adaptasi Ekonomi: Mencari Titik Keseimbangan Baru*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- Patangnga, I. (2023). *Strategi Adaptasi Masyarakat Nelayan terhadap Dampak*

Fenomena Perubahan Iklim dan Kenaikan BBM di Desa Mabonta Kabupaten Luwu Timur. Skripsi. Palopo: IAIN Palopo.

- Pertiwi, M. E., Nengsih, T. A., & Safitri, Y. (2024). Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Di Pasar Rakyat Talang Banjar Kecamatan Jambi Timur). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis (JIMEB)*, 3(1).
- Qadir, A. (2025). *Ekonomi Parepare Mulai Membaik, Perdagangan Dan Jasa Jadi Penopang Utama*. 11 September. <https://share.google/ByDh3Hoz4217mN1QY>
- Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2023). *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)*. Medan: CV. Tahta Media Group.
- Rasha, N., & Suwar, A. (2025). Konsep Eika Bisnis Islam Dalam Penguatan UMKM: Relevansi, Tantangan, dan Model Implementasi. *AL-UKHWAH-Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(1).
- Rifai, S. (2026). *Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional dalam Menghadapi Persaingan dengan E-commerce (Studi kasus Pasar Seputih Surabaya Lampung Tengah)*. Skripsi. Lampung: UIN Jurai Siwo Lampung.
- Rosharyati, S., Iqbal, M., & Pratama, A. (2024). Analisis Dampak Relokasi Pasar Rakyat Pasir Putih Dari Pasar Kito Kota Jambi Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Bertuah Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam*, 5(2).
- Rozalinda. (2017). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Safitri, D., Putra, F. F., & Marini, A. (2020). *Ekolabel dan Pendidikan Lingkungan Hidup*. Jakarta: PT Pustaka Mandiri.
- Satori, D., & Komariah, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sholihin, A. I. (2013). *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siswanto, V. A. (2012). *Strategi dan Langkah-Langkah Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soumena, M. Y., Gasali, I., & Makkulau, A. R. (2023). Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah. *Al-Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, Bandung:

Alfabeta.

- Sukirno, S. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sutopo, H. B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian)*. Surakarta: Sebelas Maret.
- Ubaidillah, Nur, I., & Anshor, A. M. (2024). Konstruksi Ekonomi Islam Berbasis Interdisipliner: Studi Islam dan Maqashid Syariah. *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 12(2).
- Wahyu, A. R. M. (2020). Pengantar Ekonomi Islam. *Bandung: PT Refika Aditama*.
- Wahyuni, E. F., Hilal, S., & Madnasir, M. (2022). Analisis Implementasi Etika Kerja Islam, Ekonomi Hijau dan Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3).
- Wulandari, M., Amelia, N. S., Nashobi, M. Z., & Noviyanti, I. (2024). Strategi Adaptasi dalam Menghadapi Perubahan Ekonomi Terbaru. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 9(1).
- Yuliyanti, E. (2018). *Pengaruh Relokasi Pasar terhadap Pendapatan Pedagang (Studi pada Pedagang Pasar Tradisional Modern 24 Tejo Agung)*. Skripsi. Lampung: IAIN Metro.
- Zahara, N. L. (2020). *Pengaruh Jam Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Jalan Suromenggolo Kabupaten Ponorogo*. Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo.

LAMPIRAN



1. Surat Keterangan Penetapan Pembimbing Skripsi



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : B-1135/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2025

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

- Menimbang a. Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2025
- b. Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk disertai tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan : a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2..307381/2025, tanggal 02 Desember 2024 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2025
- b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 361 Tahun 2024, tanggal 21 Pebruari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
- MEMUTUSKAN
- Menetapkan : a. Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2025
- b. Menunjuk saudara: **Ida Ilmiah Mursidin, M.Ag.**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :
- Nama Mahasiswa : RAHKMADI
- NIM : 2220203860202004
- Program Studi : Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
- Judul Penelitian : TINJAUAN EKONOMI SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN BERDAGANG DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASCA REVITALISASI PADA PASAR TRADISIONAL WEKKE'E KOTA PAREPARE
- c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
- d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
- e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 14 April 2025

Dekan.



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

2. Surat Izin Pelaksanaan Penelitian dari IAIN Parepare



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1494/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2026 05 Mei 2026
 Sifat : Biasa
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
 Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
 di
 KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: RAHKMADI
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 01 Januari 2004
NIM	: 2220203860202004
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: JL. KESUMA TIMUR, KELURAHAN KAMPUNG BARU, KECAMATAN BACUKIKI BARAT, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

STRATEGI ADAPTASI PEDAGANG DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENDAPATAN PASCA RELOKASI DI PASAR SENTRAL LAKESSI KOTA PAREPARE (TINJAUAN EKONOMI SYARIAH)

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 06 Mei 2026 sampai dengan tanggal 06 Juni 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
 NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Page : 1 of 1, Copyright © afs 2015-2026 - (nailul)

Dicetak pada Tgl : 05 May 2026 Jam : 09:43:20

3. Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

SRN IP0000421



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmtsp@pareparekota.go.id

IZIN PENELITIAN
Nomor : 421/IP/DPM-PTSP/5/2026

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
 3. Peraturan Wali Kota Parepare Nomor 31 tahun 2025 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha dan Nonperizinan Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA : **RAHKMADI**
 NAMA :
 UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
 Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
 ALAMAT : **JL. KESUMA TIMUR, PAREPARE**
 UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **STRATEGI ADAPTASI PEDAGANG DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENDAPATAN PASCA RELOKASI DI PASAR SENTRAL LAKESSI KOTA PAREPARE (TINJAUAN EKONOMI SYARIAH)**

LOKASI PENELITIAN : **UPTD PASAR LAKESSI KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **06 Mei 2026 s.d 06 Juni 2026**

a. Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
 b. Izin ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
 Pada Tanggal : **08 Mei 2026**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

• UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1

• Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah

• Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik**, yang diterbitkan **BSrE**

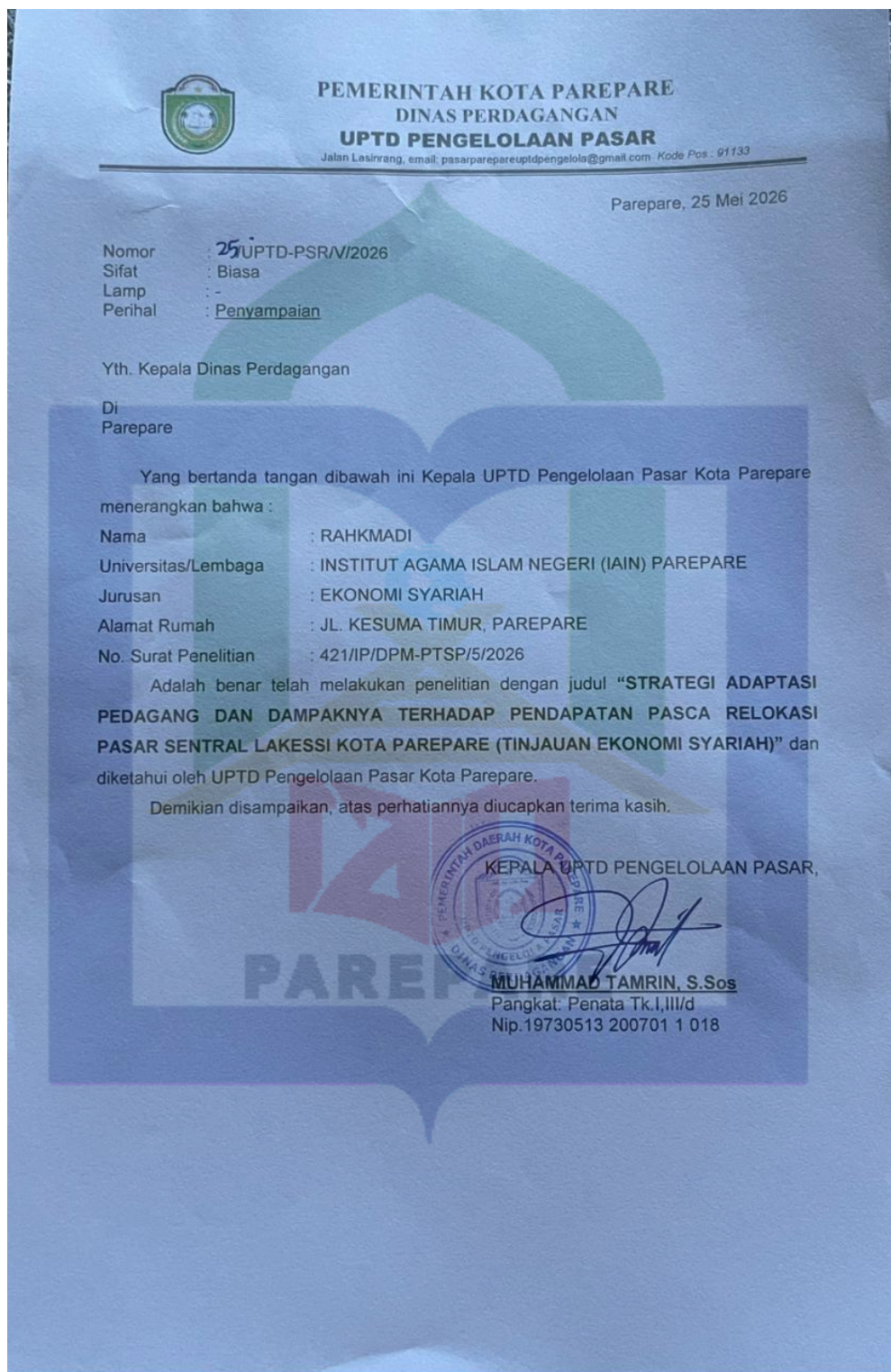
• Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMTSP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai
Sertifikasi
Elektronik



4. Surat Selesai Meneliti dari UPTD Pengelolaan Pasar Lakessi Kota Parepare



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PERDAGANGAN
UPTD PENGELOLAAN PASAR
Jalan Lasirrang, email: pasarpareuptdpengelola@gmail.com Kode Pos : 91133

Parepare, 25 Mei 2026

Nomor : 25UPTD-PSR/V/2026
 Sifat : Biasa
 Lamp : -
 Perihal : Penyampaian

Yth. Kepala Dinas Perdagangan
 Di
 Parepare

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

Nama : RAHKMADI
 Universitas/Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 Jurusan : EKONOMI SYARIAH
 Alamat Rumah : JL. KESUMA TIMUR, PAREPARE
 No. Surat Penelitian : 421/IP/DPM-PTSP/5/2026

Adalah benar telah melakukan penelitian dengan judul **"STRATEGI ADAPTASI PEDAGANG DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENDAPATAN PASCA RELOKASI PASAR SENTRAL LAKESSI KOTA PAREPARE (TINJAUAN EKONOMI SYARIAH)"** dan diketahui oleh UPTD Pengelolaan Pasar Kota Parepare.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

KEPALA UPTD PENGELOLAAN PASAR,

MUHAMMAD TAMRIN, S.Sos
 Pangkat: Penata Tk.I,III/d
 Nip.19730513 200701 1 018

5. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PERDAGANGAN
 Jalan Jenderal Sudirman No. 6 Parepare Telp. (0421) 21426 Fax. (0421) 28132
 Email: dinasperdagangan@pareparekota.go.id & dinas.perdagangan.pare@gmail.com

SURAT KETERANGAN
 Nomor : 400.7.22.1/280/Disdag

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : **HJ. A. WISNAH T, SE, M.Si**
 N i p : 19711026 199203 2 010
 Pangkat/Gol : Pembina Tk.I, IV/b
 Jabatan : Kepala Dinas Perdagangan

MENERANGKAN

N a m a : RAHKMADI
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Alamat : JL Kesuma Timur, Parepare
 Universitas : **Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare**

Benar yang bersangkutan Telah selesai melakukan Penelitian/Wawancara di UPTD Pengelola Pasar Dinas Perdagangan Kota Parepare berdasarkan Surat Nomor 25/UPTD-PSR/V/2026 Tanggal 25 MEI 2026 guna menyelesaikan Skripsi dengan judul :

“STRATEGI ADAPTASI PEDAGANG DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENDAPATAN PASCA RELOKASI DI PASAR SENTRAL LAKESSI KOTA PAREPARE (TINJAUAN EKONOMI SYARIAH)”

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 26 Mei 2026
 KEPALA DINAS,



Hj. A. WISNAH T, SE, M.Si
 Pembina Tk.I, IV/b
 Nip. 19711026 199203 2 010

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

6. Pedoman Wawancara

Dokumentasi dengan Staf Pengelola Pasar untuk Meminta Surat Pengantar Selesai Meneliti dan Juga Data-Data Pasar

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN	

NAMA MAHASISWA : RAHKMADI
NIM : 2220203860202004
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JUDUL : STRATEGI ADAPTASI PEDAGANG DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENDAPATAN PASCA RELOKASI DI PASAR SENTRAL LAKESSI KOTA PAREPARE (TINJAUAN EKONOMI SYARIAH)

PEDOMAN WAWANCARA

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Saudara/i
Di
Tempat
Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan penyelesaian karya ilmiah (skripsi) pada Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare maka saya:

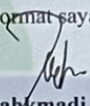
Nama : Rahkmadi
NIM : 2220203860202004

Judul : Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan
Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan
Ekonomi Syariah)

Dengan ini, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk
berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang telah disediakan.
Partisipasi dan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i akan sangat membantu kelancaran
penelitian ini. Atas perhatian dan kesediaannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,


Rahkmedi



DAFTAR PERTANYAAN

Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)

Pertanyaan:

A. Kondisi Usaha Pasca Relokasi

1. Bagaimana kondisi usaha Bapak/Ibu setelah direlokasi ke lokasi yang sekarang?
2. Apakah terdapat perbedaan jumlah pembeli sebelum dan sesudah relokasi? Bisa dijelaskan?
3. Apa saja kendala yang paling dirasakan setelah relokasi?
4. Bagaimana kondisi pendapatan Bapak/Ibu setelah relokasi dibandingkan sebelum relokasi? Apakah pendapatan Bapak/Ibu mengalami peningkatan, penurunan, atau tetap?

B. Strategi Adaptasi Pedagang

1. Setelah pindah ke lokasi baru, apa saja yang berubah dalam cara Bapak/Ibu berdagang?
2. Bagaimana Bapak/Ibu menyesuaikan diri dengan kondisi pembeli di tempat ini?
3. Apakah Bapak/Ibu mengubah kebiasaan berjualan (misalnya waktu buka, tata letak barang, atau cara berkomunikasi)? Bisa dijelaskan?
4. Apakah ada hal yang awalnya dilakukan, tetapi sekarang sudah tidak dilakukan lagi? Bisa diceritakan?
5. Apa yang biasanya Bapak/Ibu lakukan supaya pembeli tetap datang atau bertambah di tempat yang baru?
6. Ketika kondisi jualan menurun, apa yang biasanya Bapak/Ibu lakukan?
7. Dari cara-cara yang dilakukan, apakah ada yang benar-benar membantu memperbaiki hasil usaha? Bisa dijelaskan?
8. Bagaimana Bapak/Ibu membangun atau memanfaatkan hubungan dengan sesama pedagang di tempat ini? Bisa diceritakan apa saja kerja sama yang dilakukan sesama pedagang?

C. Pendapatan Pedagang (Dampak dari Strategi Adaptasi)

9. Bagaimana kondisi pendapatan Bapak/Ibu setelah melakukan berbagai penyesuaian atau cara berdagang di tempat yang baru?
10. Apakah strategi adaptasi yang Bapak/Ibu lakukan berhasil meningkatkan pendapatan kembali?

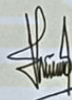
11. Dari strategi yang Bapak/Ibu lakukan, apakah ada yang benar-benar membantu meningkatkan hasil usaha? Bisa dijelaskan bagaimana prosesnya?
12. Menurut Bapak/Ibu, bagaimana hubungan antara cara berdagang yang sekarang dengan hasil yang diperoleh setiap hari?

D. Perspektif Ekonomi Syariah (Fokus pada Strategi Adaptasi)

13. Pernahkah Bapak/Ibu mengalami situasi di mana pembeli ragu atau mempertanyakan barang yang dijual? Bagaimana biasanya Bapak/Ibu menjelaskan dan menanganinya?
14. Menurut pengalaman Bapak/Ibu, apa yang biasanya dilakukan agar pembeli merasa puas dan mau kembali membeli di tempat Bapak/Ibu?
15. Menurut Bapak/Ibu, apakah strategi adaptasi yang dilakukan setelah relokasi memberikan manfaat bagi usaha Bapak/Ibu, pembeli, dan lingkungan pasar secara keseluruhan? Jelaskan alasannya.

Parepare, 20 April 2026

Mengetahui,
Pembimbing



Ida Ilmiah Mursidin, M. Ag
NIP: 19920626 202012 2 026

PAREPARE

7. Surat Keterangan Wawancara

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

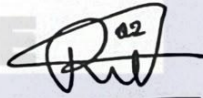
Nama : Revalina
Umur : 19 tahun
Jenis Dagangan : campuran (sayuran)

Menerangkan bahwa:

Nama : Rahkmadi
NIM : 2220203860202004
Prodi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 Mei 2026
Yang Diwawancarai

(REVALINA)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HASTA
Umur : 49 Tahun
Jenis Dagangan : CAMPURAN (SAYURAN)

Menerangkan bahwa:

Nama : Rahkmadi
NIM : 2220203860202004
Prodi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 Mei 2016

Yang Diwawancarai


(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pika
Umur : 15 tahun
Jenis Dagangan : Buah - Buahan

Mencerangkan bahwa:

Nama : Rahkmadi
NIM : 2220203860202004
Prodi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 23 Mei 2020

Yang Diwawancarai


(.....Pika.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina
Umur : 27 Tahun
Jenis Dagangan : Bawang

Menerangkan bahwa:

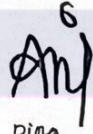
Nama : Rahkmadi
NIM : 2220203860202004
Prodi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 23 Mei 2022

Yang Diwawancarai


(..... Dina)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *Hj. Darmawati*
Umur : *42 tahun*
Jenis Dagangan : *BUAH MANIS*

Menerangkan bahwa:

Nama : Rahkmadi
NIM : 2220203860202004
Prodi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,

Yang Diwawancarai

[Signature]
Hj. Darmawati

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : suri
Umur : 46 Tahun
Jenis Dagangan : campuran (sayuran)

Mencerangkan bahwa:

Nama : Rahkmadi
NIM : 2220203860202004
Prodi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 23 Mei 2026

Yang Diwawancarai


Suri
(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **SUNARDI**
Umur : **51 TAHUN**
Jenis Dagangan : **BUAH - BUAHAN**

Menerangkan bahwa:

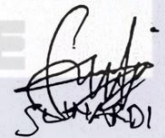
Nama : **Rahkmadi**
NIM : **2220203860202004**
Prodi : **Ekonomi Syariah**
Perguruan Tinggi : **Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare**

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, **23 MEI 2026**

Yang Diwawancarai


(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DAHING
Umur : 49 TAHUN
Jenis Dagangan : REMPAN - REMPAN

Menerangkan bahwa:

Nama : Rahkmadi
NIM : 2220203860202004
Prodi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 23 MEI 2026

Yang Diwawancarai


(.....DAHING.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *SARKA*
Umur : *47 THH*
Jenis Dagangan : *Buah*

Menerangkan bahwa:

Nama : Rahkmadi
NIM : 2220203860202004
Prodi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 23 Mei 2020

Yang Diwawancarai

SARKA
(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *RAHMI*
 Umur : *47 Tahun*
 Jenis Dagangan : *Buah dan Gula Aren*

Menerangkan bahwa:

Nama : Rahkmadi
 NIM : 2220203860202004
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,

Yang Diwawancarai

[Signature]
 (.....)

DOKUMENTASI



Gambar Struktur Organisasi UPTD Pengelolaan Pasar Dinas Perdagangan Kota Parepare

No.	Pasar	Jenis Tempat	Potensi Pedagang
1	PASAR RAKYAT LAKESSI	PELATARAN	239
		KIOS	25
		LOS	130
2	PASAR SEMI MODERN LAKESSI	TOKO	66
		KIOS	353

Data Jumlah Pedagang yang Direlokasi



Gambar Kondisi Belakang Pasar Sebelum Relokasi Pedagang



Gambar Kondisi Belakang Pasar Setelah Relokasi Pedagang



Gambar Kondisi Depan Pasar Sebelum Relokasi Pedagang



Gambar Kondisi Depan Pasar Setelah Relokasi Pedagang



Gambar Kondisi Pasar Setelah Relokasi Pedagang



Dokumentasi Wawancara dengan Reva
Pedagang Sayuran



Dokumentasi Wawancara dengan Ibu
Hasna Pedagang Bawang Merah



Dokumentasi Wawancara dengan Rika
Pedagang Buah-Buahan



Dokumentasi Wawancara dengan Ibu
Dina Pedagang Bawang



Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Hj.
Darmawati Pedagang Buah Nanas



Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Suri
Pedagang Campuran



Wawancara dengan Bapak Sunardi
Pedagang Buah-Buahan



Dokumentasi Wawancara dengan Ibu
Dahing Pedagang Rempah-Rempah



Dokumentasi Wawancara dengan Ibu
Sakka Pedagang Buah-Buahan



Dokumentasi Wawancara dengan Ibu
Hasni Pedagang Buah dan Gula Aren



Dokumentasi dengan Staf Pengelola Pasar untuk Meminta Surat Pengantar Selesai
Meneliti dan Juga Data-Data Pasar

BIODATA PENULIS



RAHKMADI, Lahir di Barru pada tanggal 01 Januari 2004. Anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Rahmat dan Ibu Mahariah. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Riwayat pendidikan penulis memulai pendidikan di SD Negeri 44 Parepare pada tahun 2011-2016. Kemudian melanjutkan pendidikan tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 9 Parepare pada tahun 2016-2019. Selanjutnya di tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Parepare pada tahun 2019-2022. Pada tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Parepare dengan mengambil Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) & Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Desa Dongi, Kecamatan Pituriawa, Kabupaten Sidenreng Rappang, Provinsi Sulawesi Selatan. Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.), penulis menyelesaikan pendidikan sebagaimana mestinya dan mengajukan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “Strategi Adaptasi Pedagang dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pasca Relokasi di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)” Tahun 2026.