



Analisis Dampak Parkir Liar terhadap Tingkat Kunjungan Konsumen pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Bandar Lampung

Alvi Mevia Elbatista^{1*}, Abizar², Ulil Albab³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Lampung, Indonesia

Jl. ZA. Pagar Alam No.14, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton,
Kota Bandar Lampung, Lampung 35132

Korespondensi penulis: alvi.batista@gmail.com

Abstract. *This study examines how illegal parking affects the level of customer visits to small and medium enterprises (SMEs) in Bandar Lampung City, with a particular focus on the Saburai Field area. The study conducted interviews with SME owners and customers to collect data using a descriptive qualitative research method. The results showed that illegal parking has varying impacts on the number of customer visits; some business owners said that there was no impact, while others said that there was an impact. From the customer's perspective, illegal parking significantly disrupts the comfort and safety of shopping, which may change their customer visit patterns. Illegal parking is generally considered to disrupt consumers' shopping experience, which may influence their decision to visit nearby SMEs, although the impacts vary. This study emphasizes that more organized parking management is essential to improving the business environment and competitiveness of small and medium enterprises in Bandar Lampung City.*

Keywords: *Illegal Parking ; Smes ; Consumer Visits ; Bandar Lampung ; Parking Management*

Abstrak. Studi ini mengkaji bagaimana parkir liar memengaruhi tingkat kunjungan konsumen pada usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Bandar Lampung, dengan penekanan khusus pada area Lapangan Saburai. Studi ini melakukan wawancara dengan pemilik UKM dan pelanggan untuk mengumpulkan data menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa parkir liar memiliki dampak yang beragam terhadap jumlah kunjungan pelanggan; beberapa pemilik bisnis mengatakan bahwa tidak ada dampak, sementara yang lain mengatakan bahwa ada dampak. Dari sudut pandang pelanggan, parkir liar secara signifikan mengganggu kenyamanan dan keamanan berbelanja, sehingga mungkin mengubah pola kunjungan pelanggan mereka. Parkir liar umumnya dianggap mengganggu pengalaman berbelanja konsumen, yang dapat memengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi UKM di sekitarnya, meskipun dampaknya bervariasi. Studi ini menekankan bahwa pengelolaan parkir yang lebih terorganisir sangat penting untuk meningkatkan lingkungan bisnis dan daya saing usaha kecil dan menengah di Kota Bandar Lampung.

Kata kunci: Parkir Liar ; UKM ; Kunjungan Konsumen ; Bandar Lampung ; Pengelolaan Parkir

1. LATAR BELAKANG

Sebagai pengelola kawasan perkotaan, pemerintah daerah harus menyediakan fasilitas parkir sebagai kondisi sebelum fasilitas yang ada harus dipenuhi secara logis. (Enik Andriani, Ashadi L Diab, 2020). Juru parkir resmi dan liar adalah dua jenis juru parkir yang paling umum. Yang pertama dipekerjakan oleh lembaga parkir atau pemerintah setempat dan memakai seragam dengan logo lembaga atau pemerintah di lengan kanan atau kiri. Juru parkir liar biasanya tidak memakai seragam. Mereka hanya masuk ke tempat parkir saat pengemudi pulang atau pergi. (Soge, 2019)

Parkir liar atau tidak pada tempatnya sering terjadi di beberapa kota besar di Indonesia. Jalan raya akan digunakan sebagai tempat parkir jika hal ini terus terjadi dan

tidak ditangani oleh pemerintah. Kemacetan dan efek negatifnya akan berdampak pada bisnis lokal jika masyarakat terus melakukannya.

Parkir liar bahkan membuat peraturan bersama untuk membagi daerah kekuasaan mereka. Parkir liar tersebut bahkan menggunakan seragam parkir dan karcis seolah-olah itu legal, meskipun pemerintah tidak mengizinkannya. Pemilik toko dapat dirugikan jika tarif parkir melampaui tarif resmi yang sudah ditetapkan pemerintah. Hal itu disebabkan oleh kurangnya pelanggan yang mengunjungi toko dengan parkir ilegal. Akibatnya, pemilik toko dengan parkir ilegal mengalami penurunan pendapatan. Karena semakin banyak parkir liar yang mengambil alih lahan parkir, parkir liar dapat memengaruhi pendapatan pemilik usaha. Ini terjadi meskipun pemerintah tidak memberikan izin kepada mereka untuk mengutip biaya parkir di daerah tersebut, tetapi mereka bertindak seolah-olah mereka adalah juru parkir yang sah. Parkir ini kadang-kadang menaikkan biaya parkir kendaraan, membuat orang merasa terbebani dan memilih tempat lain untuk berbelanja daripada kembali ke tempat tersebut. Akibatnya, pendapatan pemilik usaha mengalami penurunan. (Varizie & Farlian, 2019).

Lapangan Saburai sering dikunjungi, terutama oleh orang-orang yang tinggal di sekitarnya. Akibatnya, ada kemungkinan bahwa individu tertentu melakukan tindakan yang dapat merugikan banyak orang. Seperti yang penulis lihat sendiri di Lapangan Saburai Kota Bandar Lampung, ada tukang parkir yang melakukan parkir liar dan beberapa tukang parkir yang sengaja meminta uang parkir saat pengendara keluar. Selain itu, penulis menemukan dari survei awal bahwa warga setempat yang tidak memiliki SK dari pemerintah setempat adalah pelaku tukang parkir liar.

Peneliti menemukan bahwa melakukan penelitian tentang "Dampak Parkir Liar Terhadap Tingkat Kunjungan Konsumen pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Bandar Lampung" adalah sesuatu yang menarik untuk dilakukan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik dan pelanggan usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Bandar Lampung, terutama mereka yang berada di daerah di mana parkir liar sering terjadi.

Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian ini adalah sejauh mana parkir liar berdampak pada pola kunjungan konsumen ke usaha-usaha tersebut, berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan. Tujuan dari penelitian ini, sesuai dengan rumusan masalah, adalah untuk mengetahui sejauh mana parkir liar berdampak pada pola kunjungan konsumen ke usaha-usaha tersebut.

2. KAJIAN TEORITIS

Parkir

Parkir adalah tempat pengemudi meninggalkan mobilnya. Parkir di tengah jalan tidak sah. Parkir umum di luar jalan dapat terdiri dari taman atau gedung parkir. Saat memilih lokasi dan pembangunan fasilitas parkir umum, pertimbangkan rencana tata ruang wilayah, keselamatan dan kelancaran lalu lintas, kelestarian lingkungan, dan kemudahan bagi pengguna. Penyelenggaraan fasilitas parkir umum dilakukan oleh pemerintah, badan hukum negara, atau warga negara. Penyelenggaraan fasilitas parkir umum dapat memungut biaya yang terkait dengan penggunaan fasilitas.

Juru Parkir Liar

Parkir liar biasanya dilakukan oleh sekelompok orang di masyarakat. Oknum adalah orang yang bertindak sesuai keinginan mereka. (Soge, 2019). Juru parkir liar, juga dikenal sebagai juru parkir tidak resmi, menjalankan tugasnya sebagai juru parkir secara mandiri. Tidak ada juru parkir resmi dan ruang kosong membuat mereka memanfaatkannya.

Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran dan pengintegrasian yang menggunakan pengetahuan untuk menilai dua atau lebih perilaku alternatif sehingga menghasilkan suatu pilihan yang ditunjukkan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku untuk memilih salah satu pilihan alternatif yang ada. Selama proses ini, konsumen selalu membuat beberapa keputusan pilihan antara berbagai perilaku. (Peter, 1999:162).

Kotler dan Keller (2007) mendefinisikan keputusan pembelian dalam Mahmudah (2013) sebagai fase proses pengambilan keputusan pembelian di mana pembeli benar-benar melakukan pembelian. Pengambilan keputusan adalah orang yang secara langsung terlibat dalam membeli dan menggunakan barang yang tersedia. Motivasi yang mendorong seseorang untuk membeli sesuatu disebut motif pembelian, menurut Alma (2011:97). Tiga jenis dorongan untuk membeli barang: dorongan utama, yang berarti membeli barang yang sebenarnya; dorongan selektif, yang berarti memilih barang berdasarkan rasio; dan dorongan patronage, yang berarti memilih barang tertentu untuk lokasi atau toko tertentu. Banyak orang suka berbelanja di tempat ini karena layanan yang memuaskan, lokasinya yang dekat, ketersediaan barang yang cukup, dan halaman parkir.

Pembelian Ulang Barang di Lokasi yang Sama

Patronase atau patronage buying adalah istilah untuk pembelian yang didasarkan pada tempat; motif yang mendasari pembelian disebut patronage motive atau patronage buying motive. Sebagaimana dinyatakan oleh Kasnaeny et al. (2013), "*The merchant who sold the product or the location of the purchase are referred to as motifs (patronage motives). This motive examines the reasons for a customer's purchase a particular location.* Bahwa tempat pembelian atau dealer (toko) yang menjual barang disebut motif patronase atau patronage." Motivasi ini melihat alasan pelanggan membeli sesuatu ditempat tertentu.

Behavioral intention adalah upaya sadar dari seorang yang bertanggung jawab untuk membuat keputusan tentang spending, seperti memilih toko dan beralih, serta kemungkinan seorang pelanggan untuk berbelanja di suatu toko atau stall. Intensitas patronase dalam hal ini termasuk pelanggan yang berbelanja di suatu toko, keinginannya untuk menyarankan orang lain dan kecenderungan untuk menghabiskan waktu di sana. Intensitas perilaku didefinisikan sebagai perilaku yang ditunjukkan secara sadar oleh individu yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan seperti memilih toko dan kesediaan untuk beralih. Kasnaeny et al. (2013)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan menyeluruh tentang fenomena dengan menggunakan data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode kualitatif digunakan untuk menentukan dampak parkir liar terhadap tingkat kunjungan konsumen pada usaha kecil dan menengah (UKM) di kota Bandar Lampung.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan sembilan informan, terdiri dari lima bisnis UKM dan empat konsumen. Selain wawancara mendalam, pengumpulan data juga menggunakan observasi langsung dan dokumentasi. Observasi langsung mengamati pola parkir liar, arus pengunjung, dan aktivitas jual-beli di lokasi penelitian. Selain itu, dokumentasi mencatat peristiwa penting dan mengumpulkan informasi tambahan tentang penelitian. Fokus penelitian ini adalah untuk menentukan dampak parkir liar terhadap jumlah bisnis kecil dan menengah (UKM) yang mengunjungi tempat tersebut.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Hasil wawancara dengan pelaku usaha

Aspek	Pelaku Usaha 1 (Wancik)	Pelaku Usaha 2 (Celi)	Pelaku Usaha 3 (Juli)	Pelaku Usaha 4 (Hambali)	Pelaku Usaha 5 (Putri)
Kondisi Parkir	Tidak ada parkir khusus, parkir depan dagangan	Tidak ada parkir khusus, parkir didepan dagangan	Macet dan menutupi warung	Tidak ada penarikan parkir	Mengganggu jika makan ditempat
Masalah Parkir Liar	Sering, pelaku ditegur	Tidak ada masalah	Tidak ada, dikelola ketua parkir lokal	Tidak ada masalah	Tidak ada masalah
Dampak ke Pelanggan	Mengganggu konsumen	Nyaman, kendaraan terjaga	Jalanan tidak nyaman	Tidak ada dampak	Mengurangi minat pembeli
Pengaruh ke Omzet	Tidak berpengaruh	Tidak berpengaruh	Tidak berpengaruh	Tidak berpengaruh	Sedikit berpengaruh
Harapan	Dikelola parkir resmi pemerintah	Peraturan lebih ketat	Disediakan tempat parkir	Tetap seperti sekarang	Dibuat tempat parkir resmi

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024.

Tabel 2. Hasil wawancara dengan konsumen

Aspek	Konsumen 1 (Dani)	Konsumen 2 (Arya)	Konsumen 3 (Akbar)	Konsumen 4 (Apri)
Frekuensi Kunjungan	Saat ada acara	Lumayan sering	Sangat sering	Jarang
Pengalaman Parkir	Parkir terdekat dengan tujuan	Diminta bayar diawal, tidak ada tanggung jawab	Parkir berserakan, tidak teratur	Parkir didepan lapak
Dampak ke Kenyamanan	Sangat berpengaruh	Sangat berpengaruh	Sangat berpengaruh	Berpengaruh
Konflik	Hampir ribut	Tidak ada konflik	Memilih mengalah	Tidak ada konflik
Saran	Space khusus parkir	Sistem parkir palang pintu dengan karcis	Parkir dengan portal	Tempat dan juru parkir khusus

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat perbedaan persepsi antara pelaku usaha dan konsumen, parkir liar memiliki dampak yang signifikan terhadap pola kunjungan konsumen ke UKM di daerah tersebut. Berdasarkan wawancara dengan pelaku usaha, sebagian besar menyatakan bahwa parkir liar tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap pendapatan bisnis mereka, tetapi satu pelaku usaha mengakui bahwa area parkir liar telah menutupi area dagangan mereka dan membuat konsumen mengira tempat tersebut penuh.

Dari sudut pandang konsumen, pengaruh parkir liar terhadap jumlah kunjungan sangat jelas. Semua pelanggan yang diwawancarai mengatakan bahwa mereka sering membatalkan kunjungan ke UKM karena masalah parkir. Situasi ini biasanya terjadi saat area tersebut penuh orang atau saat ada acara khusus. Selain itu, keberadaan parkir liar memengaruhi persepsi pelanggan terhadap keramaian di tempat bisnis, banyaknya kendaraan yang diparkir di depan bisnis sering dianggap sebagai indikasi bahwa tempat tersebut penuh, meskipun sebenarnya masih ada ruang yang tersedia.

Masalah keamanan dan kenyamanan sangat penting bagi pelanggan. Beberapa dari mereka melaporkan pengalaman buruk dengan juru parkir liar, yang meminta pembayaran di muka tetapi tidak hadir saat pelanggan pulang, menunjukkan ketidakbertanggung jawaban mereka terhadap keamanan kendaraan yang diparkir. Situasi ini membuat pelanggan merasa tidak nyaman dan khawatir, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka untuk pergi ke area tersebut.

Problem utama adalah sistem parkir yang tidak terorganisir. Meskipun ada beberapa pelaku usaha yang memiliki "ketua parkir" informal, tidak ada standar untuk pengelolaan parkir di area tersebut. Hal ini diperparah dengan kurangnya kerja sama antar pelaku usaha, yang cenderung menangani masalah parkir secara terpisah.

Konsumen dan beberapa bisnis mengusulkan pengadaan area parkir khusus yang dikelola secara profesional, seperti dengan sistem portal dan karcis. Namun, pelaku usaha berbeda pendapat karena beberapa menganggap parkir liar sebagai sumber pendapatan bagi orang-orang yang menganggur di daerah tersebut.

Hasil menunjukkan bahwa meskipun parkir liar tidak selalu berdampak langsung pada pendapatan bisnis, dampaknya terhadap pola kunjungan konsumen cukup besar. Jika situasi ini tidak segera ditangani dengan solusi yang mempertimbangkan kepentingan semua pihak, hal itu dapat memengaruhi pertumbuhan UKM di wilayah tersebut dalam jangka panjang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian menunjukkan bahwa parkir liar di sekitar Lapangan Saburai, Kota Bandar Lampung, memiliki efek yang kompleks terhadap jumlah pelanggan usaha kecil dan menengah (UKM). Meskipun sebagian besar bisnis mengatakan bahwa parkir liar tidak memengaruhi penjualan secara langsung, dari sudut pandang konsumen, keberadaan parkir liar sangat memengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi area tersebut. Konsumen sangat khawatir tentang ketidaknyamanan dan keamanan kendaraan mereka, terutama ketika mereka bertemu dengan juru parkir liar yang seringkali tidak bertanggung jawab. Meskipun ada "ketua parkir" informal di beberapa lokasi, tidak adanya sistem pengelolaan parkir yang teratur memperparah situasi ini. Masalah parkir liar juga menyebabkan pandangan yang salah tentang keramaian di tempat bisnis; kendaraan yang diparkir sembarangan sering membuat pelanggan percaya bahwa tempat tersebut penuh, meskipun sebenarnya masih ada ruang. Untuk menyelesaikan masalah ini, diperlukan solusi yang menyeluruh yang mempertimbangkan kepentingan semua pihak. Salah satu contohnya adalah pengadaan area parkir khusus dengan sistem profesional, meskipun hal ini tidak disepakati oleh para bisnis. Situasi ini dapat memengaruhi pertumbuhan dan keberlanjutan UKM di daerah tersebut dalam jangka panjang jika tidak ditangani segera.

6. DAFTAR REFERENSI

- Abdurrofi, F., Ulil Albab, Mawardi, M., & Choiriyati, S. (2023). Utilization of digital marketing by Sharia economics students at UIN Raden Intan in online business. *ProBusiness: Management Journal*, 14(4).
- Agustiara, S., Ulil Albab, & Mawardi, M. (2023). Creative economic development as an attraction of the Natar hot springs. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(4), 3569-3577.
- Amorcha, V. D., Ulil Albab, Wulandari, N. R., Abizar, A., & Fajri, M. R. (2023). Implementasi akad gadai sawah perspektif ekonomi syariah (Studi Desa Durian Kabupaten Pesawaran). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(6), 4834-4842.
- Andriani, E., Diab, A. L., & Nur, J. (2020). Praktek tukang parkir liar dalam perspektif hukum Islam: Studi kasus di Baruga Kota Kendari. *Jurnal Fawaid*, 2(2), 186.
- Febriansyah, R., Ulil Albab, & Choiriyati, S. (2024). Digital marketing strategy PT. Dewangga Travindo (Haji and Umrah agent). *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1718-1726.

- Irwan, I., & Haryono, D. (2015). *Pengendalian kualitas statistik: Pendekatan teoritis dan aplikatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kasnaeny, K., Sudiro, A., Hadiwidjojo, D., & Rohman, F. (2013). Patronage buying motives of coffee shop's consumers. *Journal of Business and Management*.
- Mahmudah, R. A. (2013). Pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan pembelian di minimarket Lima-Lima Benowo Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1).
- Ningtyas, D. A., Ulil Albab, & Wulandari, N. R. (2024). Tinjauan hukum Islam terhadap praktik gadai emas di Bank Syariah Indonesia Cabang Lampung Tengah. *Al-Mizan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 8(1), 18-32.
- Nugroho, A. S., & Ulil Albab. (2024). The impact of economics education on the frugal lifestyle attitude of 12th-grade students. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 9(1), 141-146.
- Nuriah, A., Ulil Albab, Wulandari, N. R., & Patoni, L. M. I. (2024). Tinjauan ekonomi Islam terhadap penerapan jual beli ikan sistem jizāf di pasar ikan Gudang Lelang. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 5(1), 19-27.
- Peter, J. P. (1999). *Perilaku konsumen dan standar pemasaran* (D. Sihombing, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Reka, N., Ulil Albab, & Harahap, S. (2024). Tinjauan transaksi produk di Bank Sampah Sejahtera Kemiling perspektif ekonomi Islam. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1240-1249.
- Saputra, T., Ulil Albab, & Sutopo, H. (2023). Implementation of halal certification for Segar Doger Poncowati products. *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 14(4), 254-257.
- Soge, A. V. (2019). Persepsi masyarakat tentang keberadaan juru parkir liar di Pasar Segiri & Samarinda Square Kecamatan Samarinda Ulu. *EJournal Sosiatri-Sosiologi*, 7(1), 103–115.
- Varizie, R., & Farlian, T. (2019). Analisis pengaruh parkir liar terhadap pendapatan pemilik usaha di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, 4(3), 273-280.