

**ANALISIS DAMPAK PERTUMBUHAN MINIMARKET TERHADAP
PEDAGANG KELONTONG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Kecamatan Sukarame Bandar Lampung)



Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh

Septa Hussurur

NPM :1351010215

Program Studi : Ekonomi Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

2020 M

**ANALISIS DAMPAK PERTUMBUHAN MINIMARKET TERHADAP
PEDAGANG KELONTONG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Kecamatan Sukarame Bandar Lampung)

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh

Septa Hussurur

NPM :1351010215

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pembimbing I : Hanif, S.E.,M.M

Pembimbing II : Evi Ekawati, S.E.,M.Si

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
2020 M**

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal sebelum penulis menguraikan pembahasan lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca yang tertuang dalam penegasan judul. Oleh karena itu untuk menghindari hal tersebut diperlukan adanya pembatasan arti kalimat dalam skripsi ini, dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud. Adapun judul skripsi ini adalah “Analisis Dampak Pertumbuhan Minimarket Terhadap Pedagang Kelontong Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Sukarame Bandar Lampung)”. Maka terlebih dahulu perlu dijelaskan istilah-istilah penting yang terkandung dalam judul tersebut :

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.¹
2. Pertumbuhan juga diartikan untuk menyatakan sesuatu keadaan kemajuan.²
3. Minimarket adalah gerai yang menjual produk-produk eceran seperti warung kelontong dengan fasilitas pelayanan yang lebih modern.³
4. Warung Kelontong adalah warung yang menyediakan kebutuhan rumah tangga seperti sembilan bahan pokok (sembako), makanan dan barang

¹ Adi Gunawan, *Kamus Cerdas Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kartika, 2003), h. 25.

² Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Pustaka Indonesia, 2007), h. 176

³ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia, 2005), h. 17

rumah tangga. Warung ini ditemukan berdampingan dengan pemilik rumah yang tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, perumahan dan yang sering ditemui didalam gang.⁴

5. Ekonomi Islam adalah suatu ilmu dan aplikasi petunjuk dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh dan menggunakan sumber daya material. agar memenuhi kebutuhan manusia dan agar dapat menjalankan kewajibannya kepada Allah dan msyarakat. Ekonomi Islam juga adalah tanggapan pemikir-pemikir muslim terdapat tantangan ekonomi di zamannya. Dalam upaya ini mereka di bantu Al-Qur'an dan Hadits, serta alasan dan pengalaman. Dalam bukunya, Musthofa berpendapat juga bahwa Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah Ekonomi rakyat yang didasari oleh nilai-nilai Islam.⁵

B. Alasan Memilih Judul

1. Alasan Objektif

- a. Berdirinya minimarket menyebabkan perubahan besar terhadap warung kelontong mereka hanya dapat menjawab kekalahan mereka dalam berdagang, dikarenakan faktor kualitas ruangan yang nyaman dan bersih, barang-barang yang komplit dan harga yang murah. Secara luas mereka tidak bisa berbuat apa-apa lagi. Dikarenakan

⁴ (<http://kamus.sabda.org/kamus/warung/>) diakses Tanggal 20 Oktober 2018, Pukul 16:26

⁵Musthafa Edwin Nasution, *Pengantar Eksklusif Ekonomi Islam, Kencana*, Jakarta, 2007.

persebaran minimarket yang tidak sesuai dengan kebutuhan jumlah penduduk dan efisiensi lahan maka menimbulkan beberapa dampak salah satunya yaitu tidak efisiennya penempatan minimarket yang berpengaruh langsung terhadap pendapatan warung dan juga penggunaan lahan yang tidak efisien.

- b. Melihat kondisi persaingan minimarket dan pedagang kecil yang tidak seimbang, yang mana minimarket lebih memiliki strategi penjualan yang lebih unggul di bandingkan dengan pedagang kecil, hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi pedagang kecil dalam menghadapi persaingan dengan minimarket.

2. Alasan Subjektif

- a. Penulis optimis dapat menyelesaikan penelitian ini dikarenakan tersedianya sumber data dari literatur-literatur yang terdapat di perpustakaan untuk mendukung menyelesaikan penelitian ini.
- b. Kajian ini sesuai dengan disiplin ilmu penulis yaitu ekonomi Islam serta di dukung oleh tempat yang terjangkau sehingga memudahkan dalam pengumpulan data.

C. Latar Belakang Masalah

Bertumbuhnya minimarket belakangan ini, dianggap secara tidak langsung mengancam dan melumpuhkan pedagang tradisional. Salah satu contoh sector perekonomian di bidang informal adalah warung tradisional biasa disebut warung rumah tangga atau warung kelontong. Selain mudah

untuk mendirikan sebuah warung tradisional dengan modal yang tidak besar, bidang informal ini berpotensi untuk menjadi salah satu bidang usaha yang menghasilkan keuntungan secara langsung. Usaha tradisional secara umum merupakan bisnis keluarga yang tidak menutup kemungkinan dapat juga menyerap tenaga kerja. Seiring berkembangnya zaman, warung tradisional semakin lama semakin mengalami kemunduran.⁶

Salah satu ritel modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat di Indonesia saat ini adalah minimarket dengan konsep waralaba atau *franchise*. Tumbuh pesatnya minimarket ke wilayah pemukiman, berdampak buruk bagi warung tradisional yang telah ada di wilayah tersebut. Keberadaan minimarket ini mematikan warung-warung tradisional yang berada di wilayah pemukiman. Banyak pemilik warung kehilangan pelanggan yang dapat mengurangi omset penjualan. Keberadaan minimarket yang jaraknya sangat berdekatan tentu akan memunculkan persaingan dan monopoli di wilayah tersebut.

Dari segi harga, minimarket sering mengadakan promosi dengan potongan harga yang menarik. Sehingga para konsumen beralih ke minimarket tersebut dengan kualitas pelayanan yang lebih baik dari warung tradisional. Hal ini tentu saja membuat harapan pemilik warung tradisional untuk mencari penghasilan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari dari keuntungan yang diperoleh mulai sedikit tersendat. Tetapi dibalik dampak negatif yang terjadi pada warung tradisional dengan munculnya

⁶Herman Malono. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Islamic College, Jakarta, 2011. h57

minimarket, minimarket sendiri menjadi dampak positif untuk mengurangi jumlah pengangguran.⁷

Perkembangan kegiatan ritel modern di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat pada dekade tahun ini. Besarnya kegiatan ritel baik yang skala besar maupun skala kecil mulai mudah dijumpai di setiap penjuru kota, baik di kawasan tengah kota maupun di pinggiran kota besar di Indonesia. Berkembangnya retail ini tentu saja tak lepas dari pertumbuhan economic suatu daerah dan juga mempengaruhi adanya pembangunan ekonomi di daerah tersebut. Secara umum, pertumbuhan ekonomi di definisikan sebagai peningkatan kemampuan dari suatu perekonomian dalam memproduksi barang-barang dan jasa-jasa. Perlu diketahui bahwa pertumbuhan ekonomi berbeda dengan pembangunan ekonomi, kedua istilah ini mempunyai arti yang sedikit berbeda.

Kedua-duanya memang menerangkan mengenai perkembangan ekonomi yang berlaku. Tetapi biasanya, istilah ini digunakan dalam konteks yang berbeda. Pertumbuhan selalu digunakan sebagai suatu ungkapan umum yang menggambarkan tingkat perkembangan suatu negara, yang diukur melalui persentase pertambahan pendapatan nasional riil.

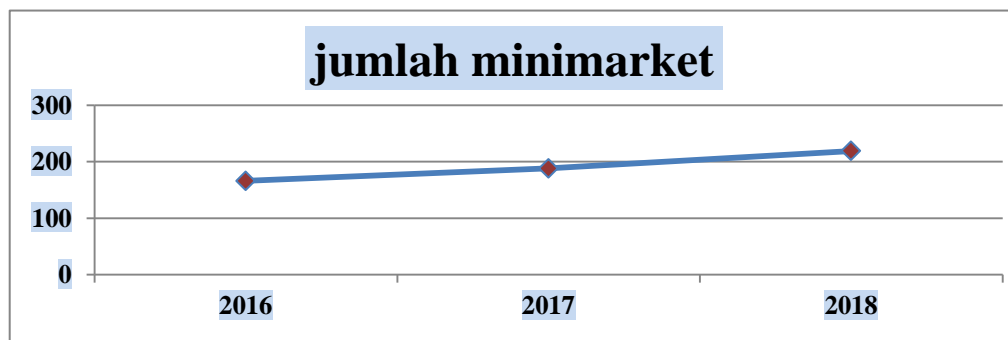
Pertumbuhan ekonomi tentunya berhubungan erat dengan konsumen mereka yang mempengaruhi *demand* dan *supply* suatu pasar. Keberadaan minimarket di Indonesia sudah tumbuh dengan pesat. Kehadiran minimarket di Kota Bandar Lampung sudah menjamur di berbagai lokasi, bahkan

⁷ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* edisi Ke-12 Jilid 1 (Jakarta : Erlangga, 2008), h.6

merambah hingga ke pinggiran kota. Pertumbuhan minimarket di Kota Bandar Lampung yang cukup pesat semakin lama akan semakin memberikan dampak buruk bagi usaha kecil seperti warung pada umumnya.

Apabila dilihat secara langsung di daerah perkotaan jumlah konsumen yang berbelanja di minimarket semakin meningkat. Jumlah minimarket di Kota Bandar Lampung dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir ini meningkat sekitar 20 (dua puluh) persen. Pada tahun 2016 berjumlah 166, kemudian tahun 2017 berjumlah 188 dan tahun 2018 berjumlah 219.⁸

**Tabel 1.1 Data Pertumbuhan minimarket Kota Bandar Lampung
Tahun 2016-2018**



Sumber : BPMP Kota Bandar Lampung 2016-2018

Hal ini berkaitan dengan preferensi masyarakat yang memiliki kemungkinan untuk cenderung beralih berbelanja di minimarket jarak antara warung dan lokasi minimarket yang berada dalam satu jangkauan pelayanan juga akan sangat berpengaruh pada preferensi masyarakat dalam menentukan tempat berbelanja. Jika lokasi warung dan lokasi minimarket berada dalam satu lingkup pelayanan, maka besar kemungkinan masyarakat akan

⁸BPMP Kota Bandar Lampung

berbelanja di minimarket. Kehadiran minimarket telah menuntut usaha warung kecil untuk dapat meningkatkan pelayanan dan membenahi fasilitas pada warungnya untuk pelayanan terbaik kepada konsumennya.

Halini memungkinkan terdapatnya perubahan preferensi konsumen, untuk lebih memilih berbelanja di minimarket dari pada berbelanja di warung. Hingga saat ini belum terdapat kebijakan yang mengatur secara detail mengenai perkembangan dan juga zonasi minimarket.⁹

Sebagaimana kita ketahui bahwa persaingan bisnis merupakan konsekuensi dari pada para pelaku usaha, tidak terkecuali perdagangan ritel di Indonesia. Persaingan bisnis ritel ini membelah menjadi dua blok, yang pertama blok ritel tradisional yang secara langsung diwakili oleh toko kelontong serta yang kedua adalah ritel modern yang di wakili minimarket seperti Indomart, Alfamart, Chamart dan lain sebagainya.

Penyebab terjadinya persaingan antara toko kelontong dengan minimarket adalah karena keduanya memiliki kesamaan, keduanya sama-sama menjual kebutuhan sehari-hari, dari segi komoditas dua ritel ini mempunyai kemiripan hanya model pelayanan dan fasilitas yang berbeda.

Menurut Kottler dalam mengklasfikasikan jenis pengecer salah satunya adalah toko kelontong yaitu toko yang pada umumnya berukuran relatif kecil dan terletak di daerah pemukiman, dengan jam buka yang panjang, serta menjual lini produk kebutuhan sehari-hari (*convenience*) yang terbatas

⁹ *Ibid.* h, 6

dengan tingkat perputaran yang tinggi.¹⁰

Minimarket sebenarnya adalah semacam “toko kelontong” atau menjual macam barang makanan, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang ia butuhkan dari rak-rak dagangan dan membayarnya di kasir ditambah lagi minimarket jam bukanya hingga 24 jam.¹¹

Selain itu minimarket juga menawarkan kenyamanan belanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik, dan dapat berbelanja dalam satu tempat saja sehingga akan menghemat waktu dan tenaga. Berbeda dengan toko kelontong yang kebanyakan masih bersifat tradisional dan konvensional, dimana pembeli tidak bisa mengambil barangnya sendiri, karena toko yang belum modern dan menjadi pembatas antara penjual dan pembeli.¹²

Hal ini sebagaimana pula tidak bisa di hindari oleh pemerintah Bandar Lampung. Pemerintah kota Bandar Lampung bersama badan penanaman modal (BPMP) kota Bandar Lampung telah menyusul prosedur atau pedoman pendirian minimarket, salah satunya adalah peraturan Wali kota Bandar Lampung nomor 89 Tahun 2011 tentang persyaratan dan penataan minimarket di kota Bandar Lampung bab II tentang persyaratan pembangunan minimarket pada pasal (2) huruf h yaitu pada lokasi pendirian

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009).h, 141

¹¹<http://id.wikipedia.org>, diakses Tanggal 24 Oktober 2018, Pukul 13:20

¹² Zahrudin Harmizar, *Menggali Potensi Wirausaha*, (Bekasi: Dian Anugerah, 2006).h, 327-328

minimarket hanya di perkenankan maksimal 4 (empat) unit minimarket dalam radius 200 meter dengan jarak antar lokasi minimal 500 (lima ratus) meter, dan huruf i yaitu usaha minimarket harus berjarak radius 250 (dua ratus lima puluh) meter dari pasar tradisional dan berjarak radius 250 (dua ratus lima puluh) meter dari warung / pedagang eceran yang berlokasi pada jalan kolektor.¹³

Tabel 1. Data minimarket Kota Bandar Lampung 2018

No	Kecamatan	Alfamart	Indomart	Chamart	Lainnya
1	Enggal	8	7	1	-
2	Teluk Betung Utara	5	5	1	1
3	Teluk Betung Selatan	8	3	-	1
4	Teluk Betung Timur	6	6	1	1
5	Bumi Waras	6	7	2	-
6	Panjang	4	4	2	1
7	Kemiling	4	4	1	-
8	Langkapura	2	3	-	-
9	Tanjung Karang Barat	7	6	1	1
10	Tanjung Karang Timur	8	8	1	1
11	Tanjung Karang Pusat	5	9	2	1
12	Kedamaian	6	7	-	-
13	Kedaton	8	6	2	1
14	Labuhan Ratu	3	4	1	1
15	Rajabasa	7	8	1	4
16	Tanjung Senang	5	9	1	1
17	Sukabumi	4	3	-	2
18	Sukarame	6	9	1	3
19	Way Halim	5	6	1	2
Jumlah		219			

Sumber : BPMP Kota Bandar Lampung¹⁴

¹³Sudarno Eddi. Perwali No 17 tahun 2009 “ *Tentang Penataan Minimarket*”. Berita Daerah Kota Bandar Lampung. Diakses Pada Tanggal 19 November 2018 Pukul 16:56

¹⁴ BPMP Kota Bandar Lampung

Jumlah minimarket yang semakin bertambah menyebabkan persaingan yang ketat antara pedagang kelontong dengan minimarket. Di sebuah jalan misalnya, dapat kita jumpai minimarket waralaba dengan hanya berjarak beberapa meter bahkan tidak jarang saling berhadapan-hadapan.¹⁵

Pemerintah kota Bandar Lampung mengeluarkan surat perizinan pendirian minimarket sebagai rangkaian kegiatan pembangunan untuk mencapai tujuan yang di inginkan yaitu masa depan yang lebih baik. Untuk itu salah satu programnya adalah mengembangkan kota Bandar Lampung sebagai pusat jasa dan perdagangan, berbasis pada perekonomian kerakyatan.

Hal ini, secara tidak langsung sebenarnya sudah mempengaruhi perekonomian masyarakat kecil terutama yang berprofesi sebagai pedagang di sekitarnya. Walaupun tidak secara langsung menjadikan pedagang kecil bangkrut. Namun jika terus di biarkan, maka terjadi persaingan yang tidak seimbang antara pemilik minimarket yang memiliki strategi pemasaran yang lebih kreatif dengan tata letak barang-barang yang menarik perhatian konsumen. Sedangkan pedagang kecil tidak memiliki modal untuk menyaingi minimarket tersebut.

Dengan kondisi seperti itu keberadaan pedagang kelontong semakin terhimpit dalam persaingan yang ketat ini. Menjamurnya minimarket pada satu sisi, menunjukkan perkembangan perekonomian yang bagus. Pertumbuhan minimarket hingga ke daerah-daerah merupakan eksen dari kemajuan perekonomian Indonesia secara makro. Namun di sisi lain, gairah

¹⁵ Herman, *Marketing Strategy*, (Yogyakarta: Bumi Aksara, 2006).h, 83

ekonomi itu ternyata memicu keresahan dikalangan pedagang kelontong.

Kehadiran ritel modern tersebut telah memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan pedagang kelontong. Tidak menutup kemungkinan, kondisi yang timpang tersebut juga berpotensi menumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial di antara para pelaku usaha. Membuat pedagang kelontong khususnya merupakan pedagang dengan modal terbatas, kondisi usaha semakin terpuruk bahkan bisa mati.¹⁶

Pemerintah telah mengupayakan dalam hal ini dengan penataan minimarket sebagaimana telah diatur dalam Peraturan Presiden (perpres), no 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, serta toko modern (biasa disebut perpres pasar modern), yang ditandatangani oleh presiden Susilo Bambang Yudoyono pada 27 Desember 2007 lalu. Dan dalam Peraturan Daerah No 2 tahun 2002 tentang perpasaran swasta, telah diatur bahwa jarak antara pasar tradisional dan modern minimal 2,5 kilometer. Penataan tersebut di harapkan peran pemerintah dapat menjaga stabilitas pasar tradisional.¹⁷

Namun demikian bukan berarti setelah dikeluarkan perpres tersebut telah sesuai dengan apa yang diharapkan karena masih ada toko modern yang menjadi masalah bagi pedagang kelontong seperti yang akan diteliti penulis.

Ditinjau dari ekonomi Islam, bisnis minimarket ini termasuk dalam bisnis yang diperbolehkan. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk berusaha

¹⁶ <http://www.bisnis-jatim.com> diakses Tanggal 12 oktober 2018 pukul 11:23

¹⁷ <http://ditjenpdn.kemendag.go.id>. Diakses Tanggal 20 Oktober 2018 pukul 15:12

mendapatkan kehidupan yang lebih baik di dunia dan sekaligus memperoleh kehidupan yang baik di akhirat.¹³ Tentunya untuk memperoleh hal itu jika ingin dilakukan dalam segi bisnis haruslah dilakukan dengan cara bermuamalah yang sesuai dengan ketentuan syariah.

Berbeda dengan minimarket, warung-warung tradisional pada umumnya mempunyai skala kecil dan menghadapi rantai pemasaran yang cukup panjang untuk barang yang akan dijualnya. Keunggulan biaya rendah pedagang kecil pun kini mulai terkikis. Keunggulan warung selama ini didapat dari lokasi, karena masyarakat lebih senang berbelanja di warung-warung atau toko yang lokasinya lebih dekat.

Ekonomi Islam adalah praktik ekonomi yang beretika. Dijelaskan dalam al-qur'an surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sungguh Allah maha penyayang kepadamu. (Qs. An-Nisa :29)*

Di dalam Islam, diharamkan sebagian menzalimi sebagian yang lain. Salah satu asas yang mendasari perekonomian Islam adalah asas saling menguntungkan dan tidak merugikan pihak lain. Meskipun di dalam Islam tidak melarang kebebasan dan berkreasi dalam melakukan usaha namun

dalam hal kompetisi haruslah dengan persaingan yang sehat.¹⁸

Sedangkan ditempat tersebut terdapat pedagang-pedagang kelontong yang menjual komoditi seperti apa yang ada di minimarket sehingga menurut penulis keberadaan minimarket tersebut berpotensi mempengaruhi dampak negatif terhadap pendapatan pedagang kelontong.

Terjadinya persaingan dalam dunia bisnis tidak bisa dihindarkan lagi. Bahkan, persaingan tersebut kian hari bertambah ketat. Boleh di bilang, tidak ada produk atau jasa yang dipasarkan tanpa melewati arena persaingan. Islam sebagai suatu aturan hidup yang khas telah memberikan aturan-aturannya yang rinci untuk menghindari munculnya permasalahan akibat praktik persaingan bisnis yang tidak sehat serta tidak harmonis.¹⁹

Islam dalam hal kerja telah memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

Maka dalam hal ini penulis tertarik untuk menuangkan permasalahan pada maraknya minimarket di sekitaran perumahan atau di komplek kecil adakah pengaruh dengan adanya minimarket bagi warung kelontong.

Berdasarkan analisis tersebut maka penulis tergerak untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul: “**Analisis Dampak**

¹⁸ M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Solo: Era Adicitra, 2011). h, 76

¹⁹ Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Pengantar Manajemen Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 2002). h, 92

Pertumbuhan Minimarket Terhadap Pedagang Kelontong dalam Perspektif Ekonomi Islam(Studi Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)”

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah yang dapat di bahas dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimana dampak pendapatan warung kelontong dengan adanya minimarket ?
2. Bagaimana ekonomi Islam menyikapi dengan adanya persaingan warung kelontong dan minimarket ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui apakah warung kelontong bisa mempertahankan eksistensinya dengan adanya minimarket
- b. Untuk mengetahui apakah prinsip dalam persaingan minimarket dan warung kelontong sesuai dengan pandangan ekonomi islam

2. Manfaat Penelitian

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis:

- a. Akademis

Bagi Kalangan Akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menambah masukan dan menelaah kajian ilmu pengetahuan, khususnya tentang analisis dampak pertumbuhan minimarket terhadap ekonomi warung kelontong.

b. Pemerintah

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada instansi pemerintah dalam hal ini pembuat kebijakan yaitu wali kota dan implementor yang terkait yaitu Badan Penanaman Modal dan Perizinan khususnya bidang pengawasan dan penanaman.

c. Pedagang kecil/warung kelontong

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pedagang kecil dalam menemukan titik tengah terkait masalah ketimpangan pendapatan antara minimarket dan pedagang kecil, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang kecil.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah bagian dari laporan penelitian yang menampilkan prosedur-prosedur penelitian yang sistematis guna meneylidiki, mengidentifikasi, mengumpulkan fakta dan menganalisisnya.²⁰

²⁰Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.163

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara deskriptif kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah yang berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dilapangan.²¹ Di dalam penelitian deskriptif kualitatif dengan model deduksi, teori masih dipergunakan sebagai alat penelitian sejak memilih dan menentukan permasalahan, melakukan pengamatan dilapangan, sampai pada proses pengujian data.²² Dari judul skripsi ini masalah yang saya ambil yaitu tentang analisis dampak pertumbuhan minimarket terhadap pedagang kelontong dalam perspektif ekonomi islam (studi Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)

Selain menggunakan penelitian lapangan (*field research*) penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian kepustakaan adalah pengumpulan data dan informasi dengan bantuan berbagai macam materi yang terdapat dalam ruang lingkup kepustakaan.²³ Yang dimaksud dengan penelitian kepustakaan adalah penelitian dengan membaca, menelaah dan mencatat bahan dari berbagai *literature* yang berhubungan langsung dan yang mempunyai relevansi dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini.

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 8

²²Wahyu Purhantara, *Op.Cit*, h.60

²³*Ibid*, h. 20

2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini mengumpulkan informasi yang diperoleh dalam penelitian menggunakan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan sebuah informasi data yang diperoleh penulis secara langsung dari tempat objek penelitian.²⁴ Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari pengamatan penulis, serta dari data pertanyaan yang berupa wawancara Pemilik warung kelontong, warga di sekitar kompleks minimarket dan warung kelontong.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber eksternal maupun sumber internal.²⁵ Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data dari perpustakaan, buku-buku *literatur* dan data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang diperoleh dari lapangan penelitian.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah Keseluruhan objek penelitian.²⁶ Populasi yaitu seluruh jumlah penduduk untuk diselidiki atau diteliti. Jadi populasi adalah seluruh individu atau responden yang terdapat dalam objek

²⁴*Ibid*, h. 79

²⁵*Ibid*, h. 79

²⁶Suharsimi arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PN Rineka Cipta, 1993), h. 115

penelitian.

Populasi yang dimaksud penulis adalah masyarakat yang memiliki warung yang berjarak 1 m-1 km dengan minimarket dan tinggal di kecamatan Sukarame. Sehingga populasi penelitian berjumlah 19 minimarket di Kecamatan Sukarame dan 100 pedagang kecil juga warga masyarakat Kecamatan Sukarame yang berstatus sebagai konsumen.

b. Sample

Setiap penelitian memerlukan sejumlah orang yang harus kita selidiki. secara ideal kita harus menyelidiki keseluruhan populasi. Bila populasi terlampau besar kita ambil sejumlah sampel yang representatif, yaitu yang mewakili keseluruhan populasi itu. Dengan menyelidiki sampel itu kita ambil kesimpulan berupa generalisasi, yang kita anggap juga berlaku bagi keseluruhan populasi.

Memilih sejumlah tertentu dari keseluruhan populasi disebut sampling.²⁷ Dalam penelitian ini digunakan Purposive sampling, yaitu dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu.²⁸

Berdasarkan pendapat di atas, kriteria untuk menjadi sampel dalam penelitian ini adalah:

1. 10 minimarket yang berada di kecamatan Sukarame
2. 20 Warga yang memiliki warung eceran dengan barang-barang

²⁷S.Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h.86

²⁸*Ibid.* h, 86

yang dijual adalah kebutuhan sehari-hari yang sama dengan yang dijual di minimarket. Dan tinggal di sekitar minimarket dengan jarak maksimal 200m.

3. 10 Warga biasa yang tinggal di sekitar minimarket dengan radius maksimal 100m, karena diperkirakan pada radius tersebut masyarakat lebih senang untuk membeli kebutuhannya di *minimarket* tersebut.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data diperlukan dalam penelitian ini penulisan menggunakan metode-metode sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, peneliti berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.²⁹Metode ini penulis gunakan sebagai penunjang untuk membuktikan kebenaran data yang diperoleh dari interview mengenai analisis dampak pertumbuhan minimarket terhadap pedagang kelontong di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

²⁹*Ibid*, h. 145

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden. Wawancara bermakna berhadapan langsung antar *interview* dengan responden dan kegiatannya dilakukan secara lisan.³⁰

Teknik wawancara yang dipakai yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur, dalam wawancara bahwa peneliti telah mempersiapkan pertanyaan yang akan diajukan tetapi peneliti tidak terlampau terikat pada aturan-aturan yang ketat. Wawancara ini dilakukan untuk menghindari kehabisan pertanyaan.³¹

c. Dokumentasi

Dokumentasi berfungsi untuk mengkaji data sekunder dalam suatu penelitian, metode dokumentasi adalah suatu penelaahan beberapa dokumen yang ada kaitannya dengan masalah penelitian dengan mengumpulkan data dan informasi melalui pihak kedua.³² Dalam hal ini penulis mengumpulkan data-data dengan arsip, buku dan lain sebagainya yang terdapat di perpustakaan dan sekitar lapangan penelitian.

³⁰Sugiyono, *Op.Cit*, h.137

³¹*Ibid*, h. 141

³²Wahyu Purhantara, *Op.Cit*, h.79-80

5. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah data penelitian yang didapatkan melalui proses wawancara dan observasi yang berupa sikap, ekspresi, pendapat, pengalaman, karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian (responden),³³ dalam penelitian ini yang menjadi responden yaitu wawancara Pemilik warung kelontong, warga di sekitar kompleks minimarket dan warung kelontong yang sering berbelanja di minimarket maupun di warung kelontong.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah tempat penelitian dimana fenomena atau gejala sosial yang akan diteliti,³⁴ dalam penelitian ini objek penelitiannya bertempat di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis bersifat deskriptif-normatif. Data dikumpulkan oleh beberapa sumber baik langsung maupun tidak langsung dan disajikan dalam bentuk tulisan kemudian dilakukan analisis. Jadi dalam analisis data ini, penulis akan mendeskripsikan perihal tentang dampak pertumbuhan minimarket terhadap kelangsungan usaha pedagang kelontong di Kecamatan Sukarame Kota Bandar

³³*Ibid*, h.158

³⁴*Ibid*, h. 292

Lampung, setelah itu penulis akan mengkorelasikan teori dan penerapannya dalam bentuk tinjauan umum dalam perspektif etika bisnis islam. Tahapan-tahapan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data, yaitu data yang dikumpulkan berasal dari observasi, wawancara dan studi dokumentasi.
2. Mengklarifikasi materi data, langkah ini dipilih untuk memilih data yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Mengklarifikasi materi data dapat dilakukan dengan mengklompokan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan studi dokumentasi.
3. Pengeditan, yaitu melakukan penelaahan terhadap data yang terkumpul melalui teknik-teknik yang digunakan kemudian dilakukan penelitian dan pemeriksaan kebenaran serta perbaikan apabila terdapat kesalahan sehingga mempermudah proses penelitian lebih lanjut.
4. Menyajikan data, yaitu data yang telah dideskripsikan secara verbal kemudian diberikan penjelasan dan uraian berdasarkan pemikiran yang logis, serta memberikan argumentasi dan dapat ditarik kesimpulan.³⁵

³⁵ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h.48

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pasar

1. Pengertian Pasar

Pasar dalam pengertian teori ekonomi adalah suatu situasi dimana pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dan kuantitas tertentu yang menjadi objek transaksi.³⁶

Pasar adalah pusat kegiatan ekonomi, dan banyak permasalahan dalam bidang ekonomi, yang sangat menarik, dan berkaitan dengan kinerja pasar. Juga biasa dikatakan pasar merupakan sekumpulan pembeli dan penjualan yang melalui interaksi mereka aktual atau potensial, menetapkan harga suatu produk atau sekumpulan produk. Pasar atau market merupakan sebuah tempat bertemunya pembeli dengan penjual guna melakukan transaksi ekonomi yaitu untuk menjual atau membeli suatu barang dan jasa atau sumber daya ekonomi dan berbagai faktor produksi yang lainnya.³⁷

Pada umumnya, pengertian pasar tidak menunjuk ke sebuah lokasi ataupun tempat-tempat tertentu, hal ini karena pasar tidak memiliki batas geografis. Adanya sistem jaringan komunikasi modern

³⁶ Mari Elka Pangestu, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Tentang Pasar Tradisional Yang Modern (Dalam Rangka Daya Saing Pasar Tradisional), Tahun 2004-2009, h. 3

³⁷ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld, *Mikro Ekonomi* (Jakarta : Erlangga, 2009), h. 8-10

dapat meniadakan hambatan atau batasan-batasan geografis, sehingga dapat memungkinkan penjual dan pembeli bertransaksi tanpa harus saling melihat wajah satu sama lain.

Pada prinsipnya, aktivitas perekonomian yang terjadi di pasar didasarkan dengan adanya kebebasan dalam bersaing, baik itu untuk pembeli maupun penjual. Penjual mempunyai kebebasan untuk memutuskan barang atau jasa apa yang seharusnya untuk diproduksi serta yang akan di distribusikan. Sedangkan bagi pembeli atau konsumen mempunyai kebebasan untuk membeli dan memilih barang atau jasa yang sesuai dengan tingkat daya belinya.³⁸

Menurut fungsinya kita dapat membagi unit-unit ekonomi dalam dua kelompok besar yakni pembeli dan penjual. Pembeli mencakup konsumen, yang membeli barang dan jasa, dan perusahaan yang membeli buruh, modal, dan bahan baku yang dipakai untuk memproduksi barang dan jasa. Penjual mencakup perusahaan, yang menjual barang dan jasa; buruh yang menjual jasa tenaga kerja mereka; dan pemilik sumber daya yang menyewakan tanah atau menjual sumber daya mineral kepada perusahaan.

Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa pengertian pasar merupakan seperangkat pembeli aktual dan juga potensial dari suatu produk atau jasa. Ukuran dari pasar itu sendiri tergantung dengan jumlah orang yang menunjukkan tentang kebutuhan, mempunyai

³⁸ *Ibid*, h. 8-10

kemampuan dalam bertransaksi. Banyak pengusaha yang memandang bahwa penjual dan pembeli sebagai sebuah pasar, dimana penjual tersebut akan mengirimkan produk serta jasa yang mereka produksi dan juga guna menyampaikan atau mengkomunikasikan kepada pasar. Sebagai gantinya, mereka akan mendapatkan uang dan informasi dari pasar tersebut.³⁹

2. Pasar Modern

Modernisasi diartikan sebagai proses transformasi. Dalam rangka mencapai status modern, struktur dan nilai-nilai tradisional secara total harus diganti dengan seperangkat struktur dan nilai-nilai modern. Sebagaimana Haltington menyatakan, bahwa teori modernisasi melihat “modern” dan “tradisional” sebagai dua konsep yang pada dasarnya bertentangan.⁴⁰

Suatu perangkat asumsi teori modernisasi berasal dari konsep-konsep dan metafora yang diturunkan dari teori evolusi. Menurut teori evolusi, perubahan sosial pada merupakan gerakan searah, linier, progresif dan perlahan-lahan, yang membawa masyarakat berubah dari tahapan primitif ke tahapan yang lebih maju, dan membuat berbagai masyarakat memiliki bentuk dan struktur serupa. Dibangun dengan premis yang seperti ini, para teoretisi perspektif modernisasi secara implisit membangun kerangka teori dan tesisnya dengan ciri-

³⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Perinsip-Perinsip Pemasaran*, Edisi XII, Jakarta : Erlangga, , 2008. h, 6

⁴⁰ Suwarsono, *Perubahan Sosial dan Pembangunan* (Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 1994. h, 23

ciri sebagai berikut:

- a) Modernisasi merupakan proses tahapan. Teori Rostow misalnya, membedakan berbagai fase pertumbuhan ekonomi yang hendak dilalui oleh setiap masyarakat. Masyarakat semula berada pada tatanan yang primitif dan sederhana menuju dan berakhir pada tatanan yang maju dan kompleks.
- b) Modernisasi juga dapat dikatakan sebagai proses homogenisasi. Dalam hal ini, dengan modernisasi akan terbentuk berbagai masyarakat dengan tendensi dan struktur serupa.
- c) Modernisasi terkadang mewujud dalam bentuk lahirnya, sebagai proses *Eropanisasi* atau *Amerikanisasi*, atau yang lebih dikenal dengan istilah bahwa modernisasi sama dengan barat.
- d) Modernisasi juga dilihat sebagai proses yang tidak bergerak mundur. Proses modernisasi tidak bisa dihentikan, ketika ia sudah mulai berjalan. Dengan kata lain, ketika telah terjadi kontak antara dunia ketiga dengan dengan negara Barat, negara Dunia Ketiga tidak akan mampu untuk menolak melakukan upaya modernisasi.
- e) Modernisasi merupakan perubahan progresif. Sekalipun akibat samping maupun korban modernisasi beraneka macam dan terkadang berada diluar batas-batas nilai kemanusiaan dan universal. Dalam jangka panjang, modernisasi tidak hanya sekedar merupakan sesuatu yang pasti terjadi, tetapi modernisasi

dilihat sebagai sesuatu yang diperlukan dan diinginkan.

- f) Modernisasi memerlukan waktu panjang. Modernisasi dilihat sebagai proses evolusioner, dan bukan perubahan revolusioner.⁴¹

Pasar modern mulai berkembang di Indonesia pada tahun 1970-an, namun masih terkonsentrasi di kota-kota besar. Akan tetapi, sejak tahun 1998 perkembangan pasar modern semakin berkembang seiring dengan masuknya investasi asing di sektor usaha ritel. Pasar modern mulai berkembang ke kota-kota kecil untuk mencari pelanggan. Pasar modern merupakan sektor usaha ritel, sehingga pasar modern dapat disebut juga sebagai ritel modern atau toko modern.⁴²

Dalam PERMENDAGRI No.53 tahun 2008, “toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket, supermarket, department store, hypermarket.*”, pasar modern merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas).⁴³

Pasar modern antara lain berbentuk mall, *supermarket, departement store, shopping center*, waralaba, toko mini swalayan,

⁴¹ *Ibid*, h, 21-22

⁴² S. Pindyck Robert, L.Rubinfield Daniel. *Mikro Ekonomi Jilid 1*. Jakarta: Indeks. 2009. h,

⁴³ Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008. h, 29

toko serba ada, dan lain sebagainya. Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual memiliki kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Pasar modern juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya pendingin udara.

a. Minimarket

Di kehidupan modern masyarakat saat ini kebutuhan primer atau pangan semakin dibutuhkan walaupun apa yang ingin dicari tersebut hanyalah berupa makanan ringan. Pada era sebelumnya untuk mendapatkan kebutuhan makanan ringan tersebut atau bahkan keperluan sehari-hari masyarakat perlu bepergian ke pasar tradisional atau bahkan ke supermarket yang persebarannya tidak banyak di kota.

Dalam definisinya minimarket adalah toko atau swalayan kecil yang menjual sebagian besar barang-barang kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan oleh konsumen dengan luasan radius *sales area*

antara 100 hingga 1000m².⁴⁴ Minimarket sebagai peranan kebutuhan masyarakat sehari-hari menjadi tempat belanja favorit masyarakat yang ingin belanja ringan tetapi tidak perlu pergi jauh seperti ke supermarket. Pada era modern kini sudah mulai banyak tumbuh minimarket-minimarket modern yang sudah menyediakan fasilitas yang memadai guna memanjakan konsumennya.⁴⁵

Minimarket juga dapat diartikan sebagai sarana/tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran dan langsung kepada konsumen akhir dengan cara swalayan.⁴⁶

Sedangkan menurut Gilbert, retail modern adalah semua usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi. Perbedaan minimarket dengan pasar tradisional adalah system pada minimarket penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli membuat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh Pramuniaga.

Barang-barang yang di jual di minimarket relatif barang-barang

⁴⁴ Sujana. *Manajemen Ritel Modern*. (Yogyakarta : Graha Ilmu,2005). h,12

⁴⁵ Sindung Haryanto, *Spektrum Teori Sosial dari Klasik Hingga Postmodern*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2012, h. 268

⁴⁶ Perwali Bandar Lampung Nomor 89 tahun 2011 tentang “Persyaratan dan Penataan Minimarket Kota Bandar Lampung” pada BAB I Pasal 1

yang bermutu tinggi, dengan harga pasti, harga yang bersaing, dan kadang-kadang ditawarkan diskon borongan. Terlebih lagi mereka menawarkan aneka pilihan pembayaran, mulai dari tunai dan kartu kredit hingga pendanaan untuk barang-barang yang lebih besar. Tempat pembelanjaan juga tenang, bersih, dan memiliki fasilitas yang berfungsi dengan baik, seperti, ac, toilet dan tempat makan. Minimarket dapat dikatakan merupakan bagian dari pengecer. Definisi dari pengecer tersebut adalah semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi bukan untuk bisnis.⁴⁷ Pengecer menghimpun barang-barang yang dibutuhkan konsumen dari berbagai macam sumber dan tempat, sehingga memungkinkan konsumen untuk membeli beraneka macam barang dalam jumlah kecil dengan harga yang terjangkau.

1. Menurut Kotler retailing adalah Penjualan barang secara eceran yang meliputi semua aktivitas penjualan barang ataupun jasa pada konsumen akhir yang bersifat pribadi.⁴⁸
2. Menurut Sujana retailing adalah penghimpun barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen akhir, sehingga konsumen akan menjadikan toko retail sebagai tempat untuk mendapatkan barang kebutuhannya.⁴⁹

⁴⁷ Kotler, Philips, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Tema Baru, 2005). h, 28

⁴⁸ *Ibid.* h, 29

⁴⁹ Asep ST. Sujana. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. (Yogyakarta : Graha Ilmu. 2005). h, 21

3. Menurut Utami retailing adalah perangkat dari suatu aktivitas bisnis yang melakukan penjualan barang-barang maupun jasa kepada konsumen akhir untuk penggunaan konsumsi perseorangan maupun keluarga.⁵⁰

Minimarket mempunyai jenis usaha dalam pengelolaan perusahaannya. Terdapat 2 jenis usaha yang biasa ada di kalangan masyarakat diantaranya adalah usaha minimarket yang bersifat Waralaba atau *Franchising*, dan usaha minimarket yang bersifat regular atau milik perusahaan tertentu tidak bekerja sama dengan perseorangan.⁵¹

Waralaba (*franchising*) adalah suatu pengaturan bisnis dimana sebuah perusahaan pewaralaba (*franchisor*) memberi hak kepada pihak independent terwaralaba (*franchisee*) untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan pewaralaba.

Waralaba merupakan cara memperluas jaringan usaha dengan menjual merek disertai konsep yang standar atau baku dalam menjalankan usaha yang sama untuk semua terwaralaba. Dalam waralaba, biasanya disertai kewajiban membayar sejumlah dana kepada pewaralaba yang dinamakan *initial franchise fee* dan *royalti* atau bagian keuntungan. Terwaralaba menggunakan nama, *goodwill*, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur

⁵⁰ Utami, Christia Whidya, *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Edisi 2 . (jakarta : Salemba Empat. 2010). h, 12

⁵¹ Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel* , (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2005). h, 34

operasional dan fasilitas penunjang dari perusahaan pewaralaba. Sebagai imbalan terwaralaba membayar *initial fee* dan *royalty* (biaya pelayanan manajemen) kepada perusahaan pewaralaba seperti yang diatur dalam perjanjian waralaba (*franchise agreement*). Sebuah paket waralaba yang baik mampu membuat seseorang yang tepat bisa mengoperasikan sebuah bisnis dengan sukses, bahkan tanpa pengetahuan sebelumnya tentang bisnis tersebut.⁵²

Menurut pasal 1 Peraturan Menteri Perdagangan RI No.12/M-DAG/ PER/3/ 2006 memberikan pengertian tentang waralaba sebagai berikut: Waralaba (*franchise*) adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki oleh pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba.⁵³

3. Pasar Tradisional

Pasar tradisional terdapat di setiap daerah, tidak memandang itu daerah perkotaan maupun daerah pedesaan. Pasar tradisional menjual

⁵² Hotniar, Basu Swastha, Toto. *Model Pengaruh Persepsi Akan Toko Ritel Modern Pada Pengalaman Berbelanja* h. 56

⁵³ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: BPFEE. 2005). h. 27

berbagai macam kebutuhan, mulai dari makanan, pakaian, perlengkapan rumah tangga, elektronik, dan lain sebagainya. Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.⁵⁴

Pasar tradisional merupakan bentuk usaha ritel yang melibatkan banyak pedagang dengan skala kecil. Bangunan di pasar tradisional relatif sederhana, terdiri dari kios-kios, los, dan juga tenda-tenda untuk berjualan. Pedagang pasar tradisional merupakan pedagang-pedagang yang berjualan menjajakan dagangannya di suatu pasar tradisional, pedagang yang berjualan di pasar tradisional adalah pedagang eceran dengan skala kecil. Proses jual beli pada pasar tradisional dilakukan melalui tawar-menawar, pedagang tidak menjual barang dagangannya dengan harga pas, seperti yang terjadi di pasar modern.⁵⁵

a. Omset Penjualan

Omset berarti jumlah, sedang penjualan berarti kegiatan menjual barang yang bertujuan mencari laba/pendapatan. Jadi

⁵⁴ Pepres No. 112 Tahun 2007.

⁵⁵ Swawtha, Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPFE, 2000), h. 10

omset penjualan berarti Jumlah penghasilan/laba yang diperoleh dari hasil menjual barang/jasa. Menurut Sutanto tentang pengertian penjualan: "Penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang dan jasa kebutuhan yang telah dihasilkannya kepada mereka yang membutuhkan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan sebelumnya".⁵⁶

Sedangkan Winardi menyatakan penjualan adalah proses dimana si penjual atau produsen memastikan mengaktifkan dan memuaskan kebutuhan atau keinginan pembeli/konsumen agar dicapai mufakat dan manfaat baik bagi si penjual maupun si pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.⁵⁷

b. Toko Kelontong

Berdasarkan Undang Undang nomor 20 tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang

⁵⁶ Sutanto J.E, Sarwoko, *Manajemen Keuangan Dasar-dasar Pembelanjaan*. (Yogyakarta : BPFE.2009). h, 201

⁵⁷ Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi*. (Yogyakarta : Kencana Prada.2004). h, 219

bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan. Atau secara kriteria menurut undang-undang tersebut usaha kecil dan menengah mempunyai minimal kekayaan bersih Rp 50.000.000,- . Usaha kecil dan menengah yang banyak dijalani oleh masyarakat adalah diantaranya usaha ritel. Usaha ritel disini salah satunya adalah Toko Kelontong atau usaha penjualan kebutuhan masyarakat sehari-hari.

Toko kelontong atau yang biasa disebut dengan warung penyedia barang kebutuhan sehari-hari merupakan usaha mikro yang kepemilikannya dimiliki oleh pribadi dan melakukan penjualan barang yang bersifat melayani pelanggan atau konsumen datang untuk membeli barang tidak dengan mandiri yaitu dengan dilayani langsung oleh pelayan toko kelontong tersebut, dan pada umumnya pada toko kelontong yang skala kecil pelayan toko kelontong adalah sebagai kasir juga..

Sedangkan Pedagang diartikan sebagai orang atau badan membeli, menerima, atau menyimpan barang penting dengan maksud untuk dijual. Definisi pedaga kecil oleh departemen perindustrian dan Perdagangan yaitu usaha yang bergerak dibidang perdangan dan jasa komersial yang memiliki modal kurang dari Rp. 80 juta. Pedagang kecil dapat diartikan sebagai toko/warung yang menyediakan kebutuhan rumah tangga, seperti Sembilan bahan pokok (sembako), makanan dan barang rumah

tangga. Pedagang kecil ditemukan berdampingan dengan pemilik rumah yang tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, perumahan, dan yang sering ditemui di dalam gang.⁵⁸

Pedagang eceran merupakan pedagang toko kelontong yang menjual barang langsung kepada konsumen yang akan langsung menggunakan barang tersebut atau tidak dijual kembali pada umumnya pedagang kelontong, skala eceran ini memiliki modal usaha yang relatif tidak besar. Pedagang grosir merupakan pedagang toko kelontong yang menjual barang bersifat partai besar atau banyak. Konsumen yang datang biasanya adalah konsumen yang ingin menjual kembali barang yang dibeli di toko kelontong skala grosir tersebut. Modal usaha cenderung lebih besar disbanding dengan pedagang kelontong skala eceran.⁵⁹

B. Persaingan Menurut Ekonomi Islam

1. Konsep Keadlian

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, keadilan sosial didefinisikan sebagai sama berat, tidak berat sebelah, tidak memihak, berpihak kepada yang benar, berpegang pada kebenaran.⁶⁰

Kata adil (*al-'adl*) berasal dari bahasa Arab, dan dijumpai dalam al-Qur'an, sebanyak 28 tempat yang secara etimologi bermakna

⁵⁸ Euis Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), h. 43

⁵⁹ http://id.wikipedia.org/wiki/Toko_kelontong(d akses pada tanggal 24 Juni 2019 pada pukul 14.30)

⁶⁰ Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2002, h. 8

pertengahan.⁶¹ Pengertian adil, dalam budaya Indonesia, berasal dari ajaran Islam. Kata ini adalah serapan dari kata Arab „*adl*“.⁶² Secara etimologis, dalam Kamus *Al-Munawwir*, *al-’adl* berarti perkara yang tengah-tengah.⁶³ Dengan demikian, adil berarti tidak berat sebelah, tidak memihak, atau menyamakan yang satu dengan yang lain (*al-musâwah*). Istilah lain dari *al-’adl* adalah *al-qist*, *al-misl* (sama bagian atau semisal). Secara terminologis, adil berarti mempersamakan sesuatu dengan yang lain, baik dari segi nilai maupun dari segi ukuran, sehingga sesuatu itu menjadi tidak beratsebelah dan tidak berbeda satu sama lain. Adil juga berarti berpihak atau berpegang kepada kebenaran.⁶⁴

Menurut Ahmad Azhar Basyir, keadilan adalah meletakkan sesuatu pada tempat yang sebenarnya atau menempatkan sesuatu pada proporsinya yang tepat dan memberikan kepada seseorang sesuatu yang menjadi haknya.⁶⁵

Al-Qur'an memerintahkan perbuatan adil dan kebajikan seperti firman Allah dalam QS. An-Nahl ayat 90 :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ

⁶¹ Muhammad Fu'ad Abd al-Baqiy, *Al-Mu'jam al-Mufahras li Alfaz Al-Qur'an al-Karim*, Dar al-Fikr, Beirut, 1981, h. 448 – 449

⁶² M.Dawam Rahardjo, *Ensiklopedi Al-Qur'an: Tafsir Sosial Berdasarkan Konsep-Konsep Kunci*, Paramadina, Jakarta: 2002, h. 369.

⁶³ Ahmad Warson Al-Munawwir, *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*, Pustaka Progressif, Yogyakarta: 1997, h. 906.

⁶⁴ Abdul Aziz Dahlan, *et. all, (editor), Ensiklopedi Hukum Islam*, jilid 2, PT Icthar Baru Van Hoeve, Jakarta: 1997, h. 25

⁶⁵ Ahmad Azhar Basyir, *Negara dan Pemerintahan dalam Islam*, UII Pres, Yogyakarta:2000, h. 30.

وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: *Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (QS Al-Nahl: 90).⁶⁶*

Ihsan (kebajikan) dinilai sebagai sesuatu yang melebihi keadilan. Namun dalam kehidupan bermasyarakat, keadilan lebih utama dari pada kedermawanan atau ihsan. Ihsan adalah memperlakukan pihak lain lebih baik dari perlakuannya, atau memperlakukan yang bersalah dengan perlakuan yang baik. Ihsan dan kedermawanan merupakan hal-hal yang baik pada tingkat antar individu, tetapi dapat berbahaya jika dilakukan pada tingkat masyarakat.

Imam Ali r.a. bersabda, "Adil adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya, sedangkan ihsan (kedermawanan) menempatkannya bukan pada tempatnya." Jika hal ini menjadi sendi kehidupan bermasyarakat, maka masyarakat tidak akan menjadi seimbang. Itulah sebabnya, mengapa Nabi Saw menolak memberikan maaf kepada seorang pencuri setelah diajukan ke pengadilan, walau pemilik harta telah memaafkannya.⁶⁷

Murtadha Muthahhari menggunakan kata adil dalam empat hal, *pertama*, yang dimaksud dengan adil adalah keadaan yang seimbang;

⁶⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al-Qur'an, 1986, h. 415

⁶⁷ M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an*, Mizan, Bandung: 2003, h. 124

kedua, persamaan dan penafian (peniadaan) terhadap perbedaan apa pun; *ketiga*, memelihara hak-hak individu dan *keempat*, memberikan hak kepada setiap orang yang berhak menerimanya.⁶⁸

Menurut Juhaya S.Praja, dalam Islam perintah berlaku adil ditujukan kepada setiap orang tanpa pandang bulu. Perkataan yang benar harus disampaikan apa adanya walaupun perkataan itu akan merugikan kerabat sendiri. Keharusan berlaku adil pun harus ditegakkan dalam keluarga dan masyarakat muslim itu sendiri, bahkan kepada orang kafir pun umat Islam diperintahkan berlaku adil. Untuk keadilan sosial harus ditegakkan tanpa membedakan karena kaya miskin, pejabat atau rakyat jelata, wanita atau pria, mereka harus diperlakukan sama dan mendapat kesempatan yang sama.⁶⁹

Senada dengan itu, Sayyid Qutb menegaskan bahwa Islam tidak mengakui adanya perbedaan-perbedaan yang digantungkan kepada tingkatan dan kedudukan.⁷⁰ Salah satu sumbangan terbesar Islam kepada umat manusia adalah prinsip keadilan sosial dan pelaksanaannya dalam setiap aspek kehidupan manusia. Islam memberikan suatu aturan yang dapat dilaksanakan oleh semua orang yang beriman. Setiap anggota masyarakat didorong untuk

⁶⁸ Murtadha Muthahhari, *Keadilan Ilahi: Asas Pandangan Dunia Islam*, Terj. Agus Efendi, Mizan anggota IKAPI, Bandung, 1981, h. 53 – 56.

⁶⁹ Juhaya S.Praja, *Filsafat Hukum Islam*, Pusat Penerbitan Universitas LPPM UNISBA, Bandung: 1995, h. 73.

⁷⁰ Sayyid Qutb, “Keadilan Sosial dalam Islam”, dalam John J. Donohue dan John L.Esposito, *Islam dan Pembaharuan*, Terj. Machnun Husein, CV Rajawali, Jakarta: 1984, h. 224

memperbaiki kehidupan material masyarakat tanpa membedakan bentuk, keturunan dan jenis orangnya. Setiap orang dipandang sama untuk diberi kesempatan dalam mengembangkan seluruh potensi hidupnya.⁷¹

Perkataan ekonomi berasal dari perkataan Yunani “*oikonomia*”, arti yang sesungguhnya dari perkataan tersebut ialah peraturan rumah tangga (*oekos* = rumah dan *nomos* = peraturan).⁷²

Sedangkan ekonomi Islam merupakan sekumpulan dasar-dasar umum ekonomi yang disimpulkan dari al-Qur’an dan as-Sunnah, serta merupakan bangunan perekonomian yang didirikan diatas landasan tersebut sesuai dengan lingkungan dan masa. Dalam hubungannya dengan keadilan ekonomi, bahwa keadilan dalam bidang ekonomi pada prinsipnya harta itu tidak boleh terpusat pada kelompok *aghniya* (golongan kaya) saja sebagaimana dikemukakan dalam surat al-Hasyr : 7

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

Artinya : “*Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul,*

⁷¹ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, jilid 1, Terj. Soeroyo, Nastangin, PT DanaBhakti Wakaf, Yogyakarta: 1995, h. 74.

⁷² Kaslan A. Thohir, *Ekonomi Selayang Pandang*, NV. Penerbitan W. Van Hoeve, Bandung: 1951, jilid 1, h. 239.

kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.” (QS. Al-Hasyr :7)

Jika terjadi pemusatan kekayaan, maka akan timbul ketimpangan sosial, akan terjadi kemiskinan dan proses pemiskinan. Islam memandang bahwa kemunduran umat Islam bukan hanya terletak pada kejahilan terhadap syariat Islam saja, tetapi juga pada ketimpangan struktur ekonomi dan sosial. Ini dilukiskan oleh al-Qur'an ketika menjelaskan bahwa kemiskinan itu bukanlah semata-mata diakibatkan oleh kemalasan individual, melainkan disebabkan tidak adanya usaha bersama untuk membantu kelompok lemah, adanya kelompok yang memakan kekayaan alam dengan rakus dan mencintai kekayaan dengan kecintaan yang berlebihan.⁷³ Sebagaimana firman Allah dalam (QS.al-Fajr: 17-20).

كَلَّا بَلْ لَا تُكْرِمُونَ الْيَتِيمَ (١٧) وَلَا تَحَاضُّونَ عَلَى طَعَامِ الْمِسْكِينِ
(١٨) وَتَأْكُلُونَ الثَّرَاثَ أَكْلًا لَمًّا (١٩) وَتُحِبُّونَ الْمَالَ حُبًّا جَمًّا (٢٠)

Artinya : *Sekali-kali tidak! Bahkan kamu tidak memuliakan anak yatim, dan kamu tidak saling mengajak memberi makan orang miskin, sedangkan kamu memakan harta warisan dengan cara mencampurbaurkan (yang halal dan yang haram), dan kamu mencintai harta dengan kecintaan yang berlebihan. (QS. Al-Fajr : 17-20)*

Sesungguhnya diturunkan al-Qur'an adalah untuk membangun

⁷³ Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, Gema Insani, Jakarta: 2000, h. 216.

suatu sistem masyarakat yang bermoral dan *egalitarian*. Hal ini terlihat jelas di dalam celaan al-Qur'an terhadap *disequilibrium* ekonomi dan ketidakadilan sosial, sebagaimana dikemukakan oleh Fazlur Rahman:⁷⁴

Al-Qur'an terus-menerus mengecam ketimpangan ekonomi itu (yang terjadi di kota Mekkah.), karena inilah yang paling sulit untuk disembuhkan, dan ia merupakan inti dari ketimpangan sosial.

Dalam konsep keadilan ekonomi terkandung suatu prinsip, bahwa manusia mempunyai kesempatan yang sama untuk memperoleh kehidupan yang layak sebagai manusia, meskipun dalam kenyataannya setiap orang dibedakan oleh Tuhan tentang potensi dan berbagai kemampuan, baik fisik dan intelektual serta latar belakang profesi kehidupan ekonomi, sehingga ada yang lebih mudah mendapat rezeki dan ada yang sulit. Hal itu telah ditetapkan oleh Tuhan seperti dimaksud dalam firman-Nya Q.S. al-Zukhruf [43]: 32

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ
وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ
وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ ۝

Artinya; *Kami telah menentukan sumber kehidupan di antara manusia, dan Kami juga yang melebihkan sebagian dari sebagian yang lain, agar mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhan lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan (al-Zukhruf: 32).*⁷⁵

⁷⁴ Fazlur Rahman, Tema Pokok Al-Qur'an, Terj. Anas Mahyuddin, Pustaka, Bandung : 1996, h. 55

⁷⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Yayasan Penyelenggara

Konsep keadilan sosial ekonomi yang diamanatkan oleh al-Qur'an tidak pula menghendaki dijalankannya prinsip kesamarataan mutlak, seperti yang diajarkan oleh teori komunisme, karena jika prinsip ini diterapkan, justru bertentangan dengan prinsip dan konsep keadilan yang hakiki, di mana setiap orang akan menikmati perolehan yang sama, padahal secara faktual setiap orang memiliki latar belakang kemampuan yang berbeda, baik dari segi kualitas kecerdasan maupun dari segi motivasi dan etos kerja serta faktor-faktor internal lainnya.

Sesungguhnya al-Qur'an telah menggariskan suatu tatanan masyarakat yang bermoral dan egalitarian yaitu terwujudnya suatu masyarakat yang sejahtera dan berkeadilan sosial, bukan *disequilibrium* sebagaimana gambaran pada sikap Qarun, Fir'aun dan Hamman yang tidak berperikeadilan sosial (Q.S. al-Qashash [28]: 76) .

إِنَّ قَارُونَ كَانَ مِنْ قَوْمِ مُوسَىٰ فَبَغَىٰ عَلَيْهِمْ ۖ وَآتَيْنَاهُ مِنَ الْكُنُوزِ مَا إِنَّ مَفَاتِحَهُ لَتَنُوءُ بِالْعُصْبَةِ أُولِي الْقُوَّةِ إِذْ قَالَ لَهُ قَوْمُهُ لَا تَفْرَحْ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْفَرِحِينَ ۗ

Artinya : *Sesungguhnya Karun adalah termasuk kaum Musa, maka ia berlaku aniaya terhadap mereka, dan Kami telah menganugerahkan kepadanya perbendaharaan harta yang kunci-kuncinya sungguh berat dipikul oleh sejumlah orang yang kuat-kuat. (Ingatlah) ketika kaumnya berkata*

kepadanya: "Janganlah kamu terlalu bangga; sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang terlalu membanggakan diri". QS. Al-Qashash. 76)

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa konsepsi keadilan ekonomi yang Islami mempunyai ciri khas dari konsep ekonomi yang lain, di antaranya: *pertama*, keadilan sosial Islami dilandasi prinsip keimanan yaitu, bahwa semua yang ada di alam semesta adalah milik Allah. *Kedua*, keadilan sosial dalam Islam berakar pada moral, *ketiga*, secara filosofis konsep keadilan sosial berlandaskan pada pandangannya mengenai sesuatu yang memaksimalkan kebahagiaan manusia. Dengan kata lain, kebahagiaan adalah wujud apa saja yang membahagiakan manusia.

2. Masalah Mursalah

Salah satu model pendekatan dalam ijtihad yang menjadi sangat vital dalam pengembangan ekonomi Islam dan siyasah iqtishadiyah (kebijakan ekonomi) adalah masalah mursalah. Dinamakan masalah karena mendatangkan manfaat dan kebaikan serta menolak kemadharatan; dan dinamakan mursalah karena tidak terdapat nash (dalil) yang mendukung ataupun menentangnya. Jadi pada hakikatnya masalah mursalah adalah segala sesuatu yang mendatangkan kemanfaatan yang telah termaktub dalam maqashid al-syari" akan tetapi tidak didukung oleh adanya dalil.⁷⁶

⁷⁶ Mustafa Ahmad Al-Zarqa, *Hukum Islam dan Perubahan Sosial, (Studi Komparatif delapan mazhab fiqih)*, diterjemahkan oleh Ad. Dedi Rohayana, Cet. I: Jakarta: Rineka Ciprta 2000 h. 79.

Sedangkan dari segi etimologi, ahli ushul fiqih mengatakan bahwa, masalah mursalah adalah masalah yang masuk dalam pengertian umum yakni (menarik manfaat dan menolak mudharat). Alasannya adalah syariat Islam datang untuk merealisasikan masalah dalam bentuk umum. Nash- nash dan dasar-dasar syariat Islam telah menetapkan kewajiban memelihara kemaslahatan dan memperhatikannya ketika mengatur berbagai aspek kehidupan.⁷⁷

Adapun tingkatan-tingkatan Masalah Mursalah Para ahli Ushul sepakat bahwa syariat Islam bertujuan untuk memelihara 5 hal yakni: memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara akal, memelihara keturunan, dan memelihara harta.⁷⁸ Adapun mengenai kemaslahatan setiap aspek tersebut dibedakan dalam tiga tingkatan yakni:

- a. Tingkatan pertama; Masalah Dharuriyah, Masalah dharuriyah ialah segala aspek yang bersifat esensial bagi kehidupan manusia, dan karena itu wajib ada sebagai syarat mutlak terwujudnya kehidupan dan kemaslahatan manusia, baik ukhrawi maupun duniawi.
- b. Tingkatan kedua; Masalah Hajiyyah, Masalah hajiyyah ialah segala yang menjadi kebutuhan primer (pokok) manusia dalam hidupnya, agar hidupnya bahagia dan sejahtera dunia akhirat serta terhindar dari kemelaratan. Jika kebutuhan ini tidak

⁷⁷ *Ibid*, h. 80

⁷⁸ *Ibid* h. 80

diperoleh maka kehidupan manusia mengalami kesulitan meskipun kehidupan mereka tidak sampai punah.

- c. Tingkatan ketiga; Masalah Tasniyah Yakni, suatu kebutuhan hidup yang sifatnya komplementer (sebagai pelengkap) dan lebih menyempurnakan kesejahteraan hidup manusia.⁷⁹

Jika kemaslahatan ini tidak terpenuhi maka hidup manusia kurang indah dan kurang nikmat, kendatipun tidak sampai menimbulkan kemudharatan dan kebinasaan hidup. Al mashlahah sebagai salah satu model pendekatan dalam ijtihad menjadi sangat vital dalam pengembangan ekonomi Islam dan siyasah *iqtishadiyah* (kebijakan ekonomi).

Mashlahah adalah tujuan yang ingin diwujudkan oleh syariat. Mashlahah merupakan esensi dari kebijakan-kebijakan syariah (*siyasah syar`iyyah*) dalam merespon dinamika sosial, politik, dan ekonomi. *Maslahah`ammah* (kemaslahatan umum) merupakan landasan muamalah, yaitu kemaslahatan yang dibingkai secara syar`i, bukan semata-mata profit motive dan material rentability sebagaimana dalam ekonomi konvensional.⁸⁰

Pengembangan ekonomi Islam dalam menghadapi perubahan dan kemajuan sains teknologi yang pesat haruslah didasarkan kepada masalah. Para ulama menyatakan "di mana ada masalah,

⁷⁹ Masbied, (<http://www.masbied.com/2009/10/30/tinjauan-tentang-maslahah-mursalah-dalam-ekonomi>) (diakses pada tgl 28 desember 2016).

⁸⁰ ibid

maka di situ ada syariah Allah”.⁸¹ Ini berarti bahwa segala sesuatu yang mengandung kemaslahatan, maka di sana ada syariah Allah. Dengan demikian masalah adalah konsep paling utama dalam syariat Islam.

C. Prinsip Etika Bisnis Islam

Pembahasan mengenai prinsip-prinsip etika bisnis Islam menurut Muhammad dan Luqman Fauroni dalam bukunya “visi Al-qur’an tentang etika bisnis Islam” menjelaskan bahwa aspek dalam ekonomi dan bisnis secara normatif dan sederhana telah dijelaskan didalam Al-Qur’an, Al-Qur’an telah menawarkan prinsip keadilan dan kesucian dalam tiga aspek sekaligus antara lain, *pertama*, melarang pemilikan atau pengelolaan harta yang terlarang haram; *kedua*, terlarang dalam proses memperoleh atau mengelola dan mengembangkannya; *ketiga*, terlarang pada dampak pengelolaan dan pengembangannya jika merugikan pihak lain. Syeh Nawab Haidar Naqyi memaparkan empat aksioma etika ekonomi, yaitu:

1. Tauhid

Merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk kegiatan bisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk yang bertuhan, dengan demikian, kegiatan bisnis manusia tidak dapat terlepas dari pengamatan tuhan, dan dalam rangka melaksanakan perintah tuhan.

⁸¹Masbied, (<http://www.masbied.com/2009/10/30/tinjauan-tentang-masalah-mursalah-dalam-ekonomi>) (diakses pada tgl 28 desember 2019).

2. Keseimbangan dan keadilan

Berarti bahwa perilaku bisnis harus seimbang dan adil. Keseimbangan berarti tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan ekonomi. Konsep keseimbangan merupakan karakteristik ekonomi islam. Karena Allah telah menciptakan segala sesuatu dengan seimbang. Salah satu wujud keseimbangan kepemilikan manusia adalah adanya kepemilikan publik sebagai penyeimbang kepemilikan individu. Kepemilikan publik merupakan kepemilikan secara asal telah ditentukan oleh syari'ah.

Asas dan pijakan kepemilikan publik adalah kemaslahatan bersama. Segala komoditas dan jasa yang dapat menjaga keseimbangan dan kemaslahatan bersama merupakan barang publik yang tidak boleh dimiliki secara individu. Kepemilikan barang public ini dapat didelegasikan kepada pemerintah ataupun instansi lain yang mempunyai nilai-nilai amanah dan tanggung jawab yang dapat dibenarkan oleh syari'ah.⁸²

Sedangkan keadilan, Keadilan dalam Al-Qur'an disebutkan lebih dari seribu kali, setelah perkataan Allah dan ilmu pengetahuan, nilai keadilan sangat penting dalam ajaran islam terutama dalam kehidupan hukum sosial politik dan ekonomi. Untuk, itu keadilan harus diterapkan dalam kehidupan ekonomi seperti proses distribusi,

⁸² Ismail Nawawi, *Ekonomi Islam: Perspektif Teori, Sistem dan Aspek Hukum* (Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2009), h. 87

produksi, konsumsi, dan lain sebagainya. Prinsip keadilan menuntut memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya. Keadilan merupakan norma utama dalam seluruh aspek dunia ekonomi. Hal ini dapat ditangkap dalam pesan alqur'an yang menjadikan adil sebagai tujuan agama sama.⁸³

Tidak Cuma itu, adil juga merupakan salah satu asma allah. Kebalikan sifat adil adalah zhalim. Keadilan merupakan kesadaran dan pelaksanaan untuk memberikan kepada pihak lain sesuatu yang sudah semestinya harus diterima oleh pihak itu. Sehingga masing-masing mendapat kesempatan yang sam untuk melaksanakan hak dan kewajiban tanpamengalami rintagan atau paksaan. Dengan kata lain, adil adalah kesadaran member dan menerima selaras dengan hak dan kewajibanya.

Dalam hal ini, adil dalam hakikatnya adalah bahwa seseorang memberikan pada diri dan orang lain apa yang menjadi haknya karena pada hakikatnya semua orang sama nilainya sebagai manusia. Wujud keadilan dalam ekonomi setidaknya terkait dengan empat hal, yaitu keadilan tukar-menukar, keadilan distributive, keadilan sosial dan keadilan hukum.

3. Kebebasan

Berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektivitas, punya kebebasan penuh untuk melakukan kegiatan bisnis. Kebebasan

⁸³ *Ibid*, h. 95

berekonomi dibedakan menjadi dua hal, yaitu: 1) kebebasan eksistensi yang berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk menentukan tindakan sendiri yang berfokus pada penentuan untuk apa bukan dari apa. Kebebasan ini berwujud dan disengaja. 2) Kebebasan sosial yang menekankan kebebasan dari apa atau siapa. Kebebasan berwujud negative karena seseorang disebut bebas apabila kemungkinan-kemungkinannya bertindak tidak dibatasi oleh orang lain.⁸⁴

Dalam kerangka merealisasikan konsep kebebasan individu pada kegiatan ekonomi, kapitalisme menekankan prinsip persamaan bagi setiap individu masyarakat dalam kegiatan ekonomi secara bebas untuk meraih kekeayaan. Realitasnya, konsep kebebasan tersebut menimbulkan kekacauan bagi proses distribusi *income* (pendapatan) dan kekayaan. Selain itu, sistem tersebut secara otomatis mengklasifikasikan masyarakat menjadi dua bagian, yaitu pemilik modal dan para pekerja. Dalam konsep sosialisme, masyarakat tidak memiliki kebebasan sedikitpun dalam melakukan kegiatan ekonomi. Kepemilikan individu dihilangkan dan tidak ada kebebasan untuk melakukan transaksi dalam kesepakatan perdagangan.

Terjadinya persaingan dalam bisnis tidak bisa dihindarkan bahkan lagi. Bahkan persaingan tersebut kian hari bertambah ketat boleh di bilang, tidak ada produk atau jasa yang dipasarkan tanpa melewati arena persaingan. Islam sebagai suatu aturan hidup yang khas telah

⁸⁴ *Ibid*, h. 85

memberikan aturan-aturannya yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan bisnis yang tidak sehat serta tidak harmonis. Dalam kaitannya kini islam memberikan konsep untuk menyikapi persainagn bisnis, yaitu ada 3 unsur yang perlu diamati:

a. Pihak bersaing

Bagi seorang muslim bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta. Harta yang kita peroleh merupakan karunia yang telah ditetapkan oleh Allah, setiap jiwa yang telah ditentukan rezekinya sendiri-sendiri, jadi tidak mungkin akan tertukar dan tidak mungkin lari kemana-mana. Jika memang bukan rezekinya sekuat apapun kita mengusahakannya kita tidak akan mendapatkannya. Begitupun sebaliknya jika memang sudah menjadi rezeki kita maka akan datang dengan sendiri. Manusia hanya bertugas berikhtiar menjemput rezeki dengan sebaik-baiknya. Melakukan usaha tanpa harus melanggar norma yang ada. Dan satu lagi yang terpenting adalah jangan pernah takut akan kekurangan rezeki atau kehilangan rezeki yang karena anggapan rezeki itu diambil oleh pihak lain.⁸⁵

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا

وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ط وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

⁸⁵ Siswanto, Arie, *Hukum Persaingan Usaha*. (Jakarta Selatan : Ghalia Indonesia.2002).
h, 243

Artinya : *“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan Hanya kepada-Nya- lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”* (Q.S. Al-Mulk :15).⁸⁶

Keyakinan bahwa rezeki semata- mata dari Allah SWT akan menjadi kekuatan dasar bagi seorang pebisnis muslim. Keyakinan ini yang kokoh dalam berbisnis. Selama berbisnis, ia akan senantiasa menyandarkan segala sesuatunya hanya kepada Allah SWT. Bila bisnisnya mengalami kemenangan dalam persaingan, ia akan bersyukur. Sebaliknya jika sedang mengalami kegagalan dalam bersaing, ia akan bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya.

Seorang muslim akan memandang berbisnis sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk bertebaran di muka bumi dalam mencari karunia- Nya. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar “memenangkan” persaingan. Baginya, yang disebut dengan persaingan adalah berebut menjadi yang terbaik. Terbaik dihadapan Allah yang dicapai dengan sekuat tenaga untuk tetap setia menaati setiap aturan-Nya dalam berbisnis sedangkan terbaik di hadapan manusia dengan menjalankan menjadi landasan sikap tawakal bisnis dengan produk yang bermutu, harga bersaing, dan dengan pelayanan

⁸⁶ <https://tafsirweb.com/11043-surat-al-mulk-ayat-15.html> diakses Pada Tanggal 20 Juni 2019, Pukul 12;43

total.⁸⁷

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا (10) وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا (11)

Artinya :“Dan kami jadikan malam sebagai pakaian, Dan kami jadikan siang untuk mencari penghidupan”. (Q.S. An-Naba’ : 10-11).⁸⁸

Islam dalam hal kerja telah memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

b. Cara persaingan

Berbisnis adalah merupakan bagian dari bermuamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muammalah. Sehingga, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktek yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami. Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis.⁸⁹

Sebagai hubungan interpersonal, seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik bagi mitra

⁸⁷ *Op.cit.* h, 246

⁸⁸ <https://tafsirweb.com/11043-surat-an-naba-ayat-10-11.html> diakses Pada Tanggal 20 Juni 2019, Pukul 12;43

⁸⁹ Qhardhawi DR, Yusuf. *Norma dan Etika Bisnis Islam*. (jakarta : BPFE: 1997). h, 287

bisnisnya. Hanya saja, tidak mungkin bagi pebisnis muslim melakukan pelayanan terbaik disamakan dengan memberikan pelayanan yang dilarang syari'ah. Misalnya dengan memberikan suap untuk memuluskan negoisasi, atau memberikan umpan perempuan agar kontraknya jatuh pada dirinya, hal ini sangat dilarang oleh syari'ah. Dalam berhubungan dengan rekanan bisnis, setiap pebisnis muslim haruslah memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad- akad bisnis.

Dalam berakad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa dibumbui dengan manipulasi. Misalnya, memberikan sampel produk yang kualitasnya sangat baik, tetapi produk yang dikirim memiliki kualitas yang sangat jauh lebih buruk dari sampelnya.

Rosulullah memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rosul tidak pernah melakukan usaha yang membuat pesaingnya hancur. Walaupun tidak berarti gaya berdagang rosul seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada kecacatan pada barangnya. Seccara alami, hal-hal seperti ini ternyata dapat meningkatkan kualitas penjualan

dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lain.⁹⁰

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan untuk membandingkan antara penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian sebelumnya, hasil penelitian terdahulu yaitu :

Pertama adalah Penelitian oleh Marthin Rapael Hutabarat yang berjudul “Dampak Kehadiran Pasar Modern Brastagi Supermarket Terhadap Pasar Tradisional Sei Sikaming di Kota Medan”. Hasil dari penelitian adalah perkembangan pasar modern yang cukup pesat menimbulkan dampak bagi pasar tradisional di Kota Medan. Variabel Jam Buka Toko, Margin Laba, pedagang tidak berbeda signifikan antara sebelum dan sesudah ada pasar modern. Terdapat perbedaan yang nyata terhadap variabel pendapatan para pedagang sejak munculnya pasar modern brastagi.⁹¹

Kedua adalah Penelitian oleh Dwinita Aryani yang berjudul “Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan Minimarket di Kota Malang”. hasil dari penelitian adalah terdapat pengaruh yang negatif akibat kemunculan minimarket di kota malang. Dampak tersebut adalah berupa terjadinya penurunan yang mencapai >50% dari pendapatan bersih, omset, jumlah pembeli toko tradisional.⁹²

⁹⁰ Dawam, Raharjo, *Islam dan Transformasi Social Ekonomi*. (Yogyakarta : LSAF.1999). h, 26

⁹¹ Marthin Rapael Hutabarat “*Dampak Kehadiran Pasar Modern Brastagi Supermarket Terhadap Pasar Tradisional Sei Sikaming di Kota Medan*”

⁹² Dwinita Aryani “*Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan Minimarket di Kota Malang*”.

Ketiga adalah Penelitian oleh Agus Susilo Taufik yang berjudul “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Koperasi/Waserda dan Pasar Tradisional”. Hasil dari penelitian adalah diketahui bahwa variabel omzet penjualan pasar tradisional menunjukkan perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah hadirnya pasar modern dimana omzet setelah ada pasar modern lebih rendah dibandingkan sebelum hadirnya pasar modern. Sedangkan variabel lainnya, yaitu jumlah tenaga kerja dan harga jual barang tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.⁹³

Keempat adalah Penelitian oleh Melita Iffah yang berjudul “Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan Studi Kasus: Minimarket Kecamatan Blimbing, Kota Malang”. Hasil dari penelitian adalah Dapat diketahui bahwa semakin besar jangkauan minimarket, maka akan semakin banyak toko yang terfiksi dengan jangkauan pelayanannya, semakin jauh toko usaha kecil terhadap minimarket, pengaruh yang ditimbulkan akan semakin kecil. Namun, semakin dekat toko usaha kecil dengan minimarket, maka pengaruh yang sangat besar terjadi pada jumlah konsumen yang datang setiap harinya.⁹⁴

⁹³ Agus Susilo Taufik “*Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Koperasi/Waserda dan Pasar Tradisional*”

⁹⁴ Melita Iffah yang berjudul “*Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan Studi Kasus: Minimarket Kecamatan Blimbing, Kota Malang*”.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustianto, MA. *Etika Bisnis dalam Islam*. 2009
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian*, Jakarta : Rineka Cipta. Hadi.1993
- Fuad, M. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. 2006.
- Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis Lisensi atau Waralaba*, Jakarta : Raja Grafindo Persada.2002
- Hamazair. *Menggali Potensi Wirausaha-Feasibility Study Plus And Implementation*. Bekasi Utara : Dian Anugrah Prakasa.2006
- Hotniar, Basu Swastha, Toto. *Model Pengaruh Persepsi Akan Toko Ritel Modern Pada Pengalaman Berbelanja*. 2003
- Iffah, Melita,. “*Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Studi Kasus: Minimarket Kecamatan Blimbing, Kota Malang)*”. Jurnal Tata Kota dan Daerah. Volume 3. Nomor 1 (hlm 55-64). 2001
- Iryanti, Rahma. *Pengembangan Sektor Informal sebagai Alternatif Kesempatan Kerja Produktif*. Jakarta : UI Press.2003
- Juajir Sumardi, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, Bandung: Citra Aditya Bakti.1995
- Kotler, Philips. *Manajemen Pemasaran, alih bahasa Sarwiji*. Jakarta: Tema Baru 2005

- Madralis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: BumiAksara. 2006
- Malano, Herman. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. 2011
- Mankiw N. Gregory, Quah Euston & Wilson Peter. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta Selatan: Salemba Empat. 2004
- Martin Mendelsohn, *Franchising, Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*, Jakarta: Pustaka Binaman. 1993
- Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2005
- Muhammad dan Alimin. *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPF. 2004
- Muhammad Zainal Abidin. *Tinjauan Tentang Masalah Mursalah Dalam Ekonomi*. 2009
- Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Bumi Aksara, 1997.
- Mustafa Ahmad Al-Zarqa. *Hukum Islam dan Perubahan Sosial*, (Studi Komparatif delapan mazhab fiqih), diterjemahkan oleh Ad. Dedi Rohayana, Cet. 1. Jakarta : Rineka Cipta. 2000
- Noeng, Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rake Sarasi. 1989
- Rianto AL-Arif, Nur. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: Era Adicitra Intermedia. 2011
- Setiawan, Jeri. *Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong Dikelurahan Klender Kecamatan Duren*

Sawit Jakarta Timur". SPATIAL Wahana Komunikasi dan Informasi Geografi, Vol. 10, No.1(hlm 1-7). 2012

Setyawarman. Adityo. *"Pola Sebaran Dan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Retail Modern (Studi Kasus Kota Surakarta)"*. Semarang: Program Pasca Sarjana Magister Teknik Pembangunan Wilayah Dan Kota Universitas Diponegoro.2009

ST Sujana, Asep. *Manajemen Minimarket*. Jakarta : Raih Asa Sukses. 2013.

Sugiarto. *Ekonomi Mikro (edisi baru)*. Jakarta : Gramedia Utama. 2007

Sutikno, Fauzul Rizal. *Pergerakan Penduduk terhadap Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Malang. Prosiding Seminar Nasional Identitas Kota-kota Masa Depan di Indonesia. Bali. 2009*

Wijayanti, Pardiana dan Wiratno. *"Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Warung tradisional Dengan Munculnya Minimarket (Studi Kasus Di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang)"*.Undip (hlm 71-85).2011

Yusanto, Muh. Isma'il, dan Widjajakusuma, Muh. Karebet, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press.2002