

**ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN (MINIMARKET)
TERHADAP PEDAGANG KELONTONG DI KECAMATAN TANJUNG
TIRAM KABUPATEN BATUBARA**

SKRIPSI

OLEH

MUHAMMAD SHAF KARIM

NIM. 51141056



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

1440 H

**ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN (MINIMARKET)
TERHADAP PEDAGANG KELONTONG DI KECAMATAN TANJUNG
TIRAM KABUPATEN BATUBARA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Ilmu Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

OLEH

MUHAMMAD SHAF KARIM

NIM. 51141056



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawan ini:

Nama : Muhammad Shaf Karim

Nim : 51141056

Tempat/Tanggal Lahir : Mesjid Lama, 06 Mei 1995

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Jl. Ahmad Yani Pasar Miring no. 17 Talawi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN (MINIMARKET) TERHADAP PEDAGANG KELONTONG DI KECAMATAN TANJUNG TIRAM KABUPATEN BATUBARA”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 03 Oktober 2018

Yang membuat pernyataan

Muhammad Shaf Karim

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS KEBERADAAN RITEL MODERN (MINIMARKET)
TERHADAP PEDAGANG KELONTONG DI KECAMATAN TANJUNG
TIRAM KABUPATEN BATUBARA**

Oleh:

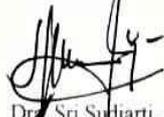
Muhammad Shaf Karim

Nim. 51141056

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 15 Oktober 2018

Pembimbing I



Dr. Sri Sudiarti, M.A

19591112 199003 2 002

Pembimbing II



Sri Ramadhani, M.M

19751015 200501 2 004

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Dr. Marliyah, M.A

NIP. 19760126 200312 2 003

Skripsi berjudul "ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN(MINIMARKET) TERHADAP PEDAGANG KELONTONG DI KECAMATAN TANJUNG TIRAM KABUPATEN BARUBARA". Muhammad Shaf Karim, NIM 51141056 Prodi Ekonomi Islam telah dimunaqsyahkan dalam Sidang Munaqsyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 19 Oktober 2018. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Prodi Ekonomi Islam.

Medan, 19 Oktober 2018
Panitia Sidang Munaqsyah Skripsi
Prodi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua,

Sekretaris,


Dr. Hj. Yenni Samri J Nst, S.HI, MA
NIP. 19790701 200912 2 003

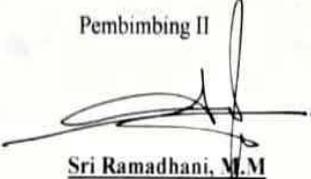

Muhammad Syahbudi, MA
NIB. 1100000094

Anggota

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Sri Sudiarti, M.A
NIP. 19591112 199003 2 002


Sri Ramadhani, M.M
NIP. 19751015 200501 2 004

Penguji I

Penguji II


Zuhrinal M Nawawi, MA
NIP.19760818 200710 1 003


Annio Indah Lestari, SE, M.Si
NIP. 19740309 201101 2 003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara Medan


Dr. Andri Soemitra, M.A
NIP. 19760507 200604 1 002

ABSTRAK

Muhammad ShafKarim. 2018 “*Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern (Minimarket) DiKecamatan Tanjung Tiram*”Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera (UIN-SU). Pembimbing I. Dr. Sri Sudiarti, MA. Pembimbing II. Sri Ramadhani, MM.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis tingkat keuntungan toko kelontong sebelum dan sesudah adanya minimarket di sekitarnya. (2) Menganalisis tingkat pertumbuhan omzet toko kelontong sebelum dan sesudah adanya minimarket di sekitarnya. (3) Menganalisis perubahan jumlah pengunjung toko kelontong sebelum dan sesudah adanya minimarket di sekitarnya. Penelitian ini menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka kepada 56 responden di Kecamatan Tanjung Tiram. Kuesioner terbuka yaitu kuesioner yang memberikan kebebasan bagi responden untuk memberikan jawaban, yang digunakan untuk mengetahui dengan jelas besaran perubahan dari masing-masing variabel. Sedangkan kuesioner tertutup adalah kuesioner yang memberikan jawaban dan pilihan jawaban, yang digunakan untuk mengetahui alasan apa yang menjadi kekurangan dari pedagang kelontong. Data yang diperoleh masing-masing diuji normalitas, validitas, dan reliabilitas sebagai syarat untuk data yang dikategorikan baik dan dilanjutkan ke tahap uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji Paired Sample t-test guna mengetahui apakah terdapat perbedaan akibat dampak adanya minimarket tersebut. Hasil uji normalitas, validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa kuesioner yang disebar kepada 56 sampel responden berdistribusi normal, valid dan reliabel. Pada hasil uji beda berpasangan (Paired Sample t-test) dari 56 responden terlihat bahwa tingkat signifikansi yang menunjukkan $<0,05$ untuk tiap-tiap variabel artinya terdapat dampak yang signifikan, yaitu adanya perubahan tingkat omset, keuntungan, dan jumlah pengunjung toko akibat dari munculnya minimarket di sekitar tempat berdirinya toko kelontong. Perubahan tersebut adalah berupa penurunan tingkat omset, keuntungan, dan jumlah pengunjung toko. Pertumbuhan minimarket seperti Indomaret, Alfamart dan Alfamidi menjadi pembahasan yang menarik dikarenakan pertumbuhan minimarket bahkan sampai ke daerah pedesaan dinilai sangat cepat, tentu hal ini berhubungan dengan kelangsungan usaha pedagang kelontong di sekitarnya, karena minimarket dan toko kelontong sama-sama menjual produk yang sama, namun tidak selengkap dan sebesar supermarket.

Kata Kunci : Dampak Minimarket, Toko Kelontong, Penurunan Omset, Keuntungan, Jumlah pengunjung toko, Kelangsungan Usaha

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah swt yang telah memberikan nikmat tidak terhingga kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam kepada Rasulullah saw, *qudwah hasanah* dalam menjalankan aktivitas sehari-hari yang syafaatnya diharapkan di hari kemudian kelak. *Allahumma shalli 'ala muhammad wa 'ala ali muhammad* skripsi dengan judul **“Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern (Minimarket) di Kecamatan Tanjung Tiram”** merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan. Skripsi ini ditulis didasari pada sebuah fenomena lapangan tentang pesatnya pertumbuhan minimarket bahkan sampai ke wilayah pedesaan yang akan mempengaruhi kelangsungan usaha sejenisnya dalam hal ini para pedagang kelontong. Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis, ayah dan omak, Muhammad Tahir dan Nur Syam Siahaan, yang telah membesarkan, mendidik dan mendoakan penulis, semua yang sudah penulis capai tidak akan berhasil tanpa doa kedua ayah dan omak. Semoga Allah swt mengampuni dan selalu mencurahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada keduanya, Bapak Muhammad Tahir dan Ibu Nur Syam Siahaan. Skripsi ini juga penulis persembahkan untuk Kakak dan Abang, yang selalu memberi semangat dan kekuatan serta dorongan imateriil maupun materiil untuk menyelesaikan skripsi. Terima kasih kak, bang. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan bimbingan dari guru-guru besar, kerjasama dari rekan sejawat peneliti yang ada di UIN Sumatera Utara, dan dukungan dari keluarga besar penulis. Terima kasih penulis persembahkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Saidurrahman, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, M.A sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.

3. Ibu Dr. Marliyah, M.A sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, M.A sebagai Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Sri Sudiarti, MA dan Sri Ramadhani, MM sebagai dosen pembimbing I dan II yang telah membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.
7. Kakak dan Abang saya Evi Yanti, Irwan, Irvan, Heri , Nazariah, Ahmad Fauzi, dan Nur Hafizah.
8. Sahabat – sahabat Sampai Tua Bersama (STB)
9. Keluarga Besar Ilmu Ekonomi Syariah (IES) Stambuk 2014 Mahmil Hakim dan yang lainnya.
10. Terimakasih Aisyaturridho yang telah memberikan arahan mengenai pembuatan skripsi yang baik dan benar.
11. Terimakasih juga kepada Ibu Khairina Tambunan yang telah banyak membantu penulis, serta semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu.

Terima kasih atas segala bantuannya, skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan dan kerjasamanya. Semoga semua bantuan tersebut memperoleh balasan pahala dari Allah swt, *jazakumullah khairal jaza'*. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karenanya segala kritik dan saran yang sifatnya konstruktif sangat penulis harapkan untuk penyempurnaan skripsi ini di masa akan datang.

Medan, 03 Oktober 2018

Penulis

MUHAMMAD SHAF KARIM
Nim. 51141056

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Pengertian Pasar	12
2. Pasar Persaingan Sempurna	14
3. Pasar Monopoli	15
4. Pasar Persaingan Monopolistik	16
5. Pasar Oligopoli.....	17
6. Teori <i>Rent-Seeking</i>	17
7. Dampak Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional.....	18
8. Prinsip Etika Bisnis Islam	20
9. Distorsi Pasar Menurut Ekonomi Islam	24
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran.....	33
D. Hipotesis	34

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	35
	A. Pendekatan Penelitian	35
	B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
	C. Populasi dan Sampel	35
	D. Defenisi Operasional.....	38
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
	F. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV	TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
	A. Temuan Penelitian	45
	1. Deskripsi Lokasi Penelitian	45
	2. Demografi Responden	46
	B. Pembahasan.....	48
	1. Data Penelitian	48
	2. Uji Persyaratan Analisis.....	67
	3. Uji Hipotesis	78
	4. Interpretasi Hasil Penelitian.....	81
BAB V	PENUTUP	85
	A. Kesimpulan	85
	B. Saran	86
	DAFTAR PUSTAKA.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Tabel Banyaknya Sarana Perekonomian Menurut Fasilitasnya.....	3
1.2 Tabel Jumlah Ritel Modern/Minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram	7
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	27
3.1 Tabel Distribusi Populasi	35
3.2 Tabel Distribusi Sampel.....	37
4.1 Tabel Deskripsi Frekuensi Mengenai Jenis Kelamin Responden	46
4.2 Tabel Deskripsi Frekuensi Mengenai Umur Responden	47
4.3 Tabel Jumlah Keuntungan Setiap Bulan Pedagang Kelontong Sebelum dan Sesudah Adanya Minimarket	50
4.4 Tabel Jumlah Omzet Setiap Bulan Pedagang Kelontong Saat Sebelum dan Sesudah Adanya Minimarket	53
4.5 Tabel Jumlah Pengunjung Toko Kelontong Setiap Hari Saat Sebelum dan Sesudah Adanya Minimarket	56
4.6 Tabel Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 1	60
4.7 Tabel Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 2.....	60
4.8 Tabel Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 3.....	61
4.9 Tabel Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 4.....	61
4.10 Tabel Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 1	62
4.11 Tabel Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 2.....	63
4.12 Tabel Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 3.....	63
4.13 Tabel Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 4.....	64
4.14 Tabel Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 1	65
4.15 Tabel Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 2.....	65
4.16 Tabel Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 3.....	66
4.17 Tabel Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 4.....	66
4.18 Tabel Hasil Uji Normalitas Data Variabel Keuntungan	68
4.19 Tabel Hasil Uji Normalitas Data Variabel Omzet	69
4.20 Tabel Hasil Uji Normalitas Data Variabel Jumlah Pengunjung Toko.....	70
4.21 Tabel Hasil Uji Normalitas Data Variabel Keuntungan	71

4.22 Tabel Hasil Uji Normalitas Data Variabel Omzet	72
4.23 Tabel Hasil Uji Normalitas Data Variabel Jumlah Pengunjung Toko.....	73
4.24 Tabel Hasil Uji Validitas Data Variabel Keuntungan.....	74
4.25 Tabel Hasil Uji Validitas Data Variabel Omzet.....	75
4.26 Tabel Hasil Uji Validitas Data Variabel Jumlah Pengunjung Toko	76
4.27 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel Keuntungan	76
4.28 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel Omzet.....	77
4.29 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel Jumlah Pengunjung Toko	78
4.30 Tabel Hasil Uji Hipotesis <i>Paired Sample T-Test</i> Data Variabel Keuntungan	79
4.31 Tabel Hasil Uji Hipotesis <i>Paired Sample T-Test</i> Data Variabel Omzet	80
4.32 Tabel Hasil Uji Hipotesis <i>Paired Sample T-Test</i> Data Variabel Jumlah Pengunjung Toko.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	
2.1 Gambar Kerangka Penelitian	33
4.1 Gambar Grafik Jenis Kelamin.....	47
4.2 Gambar Grafik Umur	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kabupaten BatuBara adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. DPR menyetujui Rancangan Undang-Undang pembentukannya tanggal 8 Desember 2006. Kabupaten ini terletak ditepi pantai Selat Malaka, sekitar 175 km selatan Ibu Kota Medan. Pada masa pemerintahan Hindia-Belanda, Kabupaten Batubara termasuk ke dalam Karesidenan Sumatera Timur.¹

Perekonomian di Kabupaten BatuBara cukup potensial, yang dapat kita lihat dari data bahwa pertumbuhan ekonomi Kabupaten Batu Bara tahun 2016 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Konstan 2010 mengalami pertumbuhan sebesar 4,26 persen. Pertumbuhan yang tertinggi dicapai oleh lapangan usaha informasi dan komunikasi sebesar 7,24 persen. Kemudian diikuti oleh lapangan usaha pengadaan air, pengelolaan sampah, dan limbah tercatat sebesar 6,62 persen, lapangan usaha pertambangan dan penggalian sebesar 5,69 persen, lapangan usaha jasa lainnya sebesar 5,56 persen, lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar 5,53 persen, lapangan usaha jasa kesehatan dan kegiatan sosial sebesar 5,42 persen. Sedangkan 11 (sebelas) lapangan usaha lainnya tumbuh di bawah 5 (lima) persen.²

Kabupaten BatuBara terbagi menjadi 7 kecamatan yaitu:

1. Kecamatan Medang Deras
2. Kecamatan Tanjung Tiram
3. Kecamatan Talawi
4. Kecamatan Sei Balai
5. Kecamatan Air Putih
6. Kecamatan Sei Suka
7. Kecamatan Limpa Puluh

¹<https://www.batubarakab.go.id/>, *Sejarah Singkat*, diakses tanggal 30 Maret 2018.

²BPS Kabupaten BatuBara, *Berita Resmi Statistik*, 2017, diakses tanggal 30 Maret 2018.

Kecamatan Tanjung Tiram merupakan salahsatu dari 7 Kecamatan di Kabupaten Batu Bara.Kecamatan Tanjung Tiram juga merupakan Kecamatan kedua terbesar di Kabupaten BatuBara, Kecamatan Tanjung Tiram awalnya terdiri dari 1 kelurahan dan 11 desa. Pada pertengahan tahun 2011 terjadi pemekaran berdasarkan perda Kabupaten BatuBara No.2 Tahun 2011 tanggal 28 juni 2011 sehingga menjadi 20 Desa dan 2 Kelurahan. Ketinggian Kecamatan Tanjung Tiram antara 1-33 meter dari atas permukaan laut. Ada 9 Desa/Kelurahan yang berbatasan langsung dengan laut. Sedangkan 13 Desa tidak berbatasan dengan laut³. Sebagian besar masyarakat bermata pencaharian sebagai seorang nelayan karena didukung dari letak daerah yang berhadapan langsung dengan laut, selain sebagai seorang nelayan masyarakat juga berprofesi sebagai jasa/angkutan umum atau ojek, becak sewa maupun becak barang, sebagian lain juga banyak yang berprofesi sebagai pedagang kelontong, pedagang makanan minuman, maupun sebagai PNS dan lain-lain.

Sebagai seorang nelayan tentu pendapatan masyarakat kadang mengalami pasang-surut, sebab jika dimusim hujan maka sebagian masyarakat enggan melaut dengan alasan ombak yang tinggi yang dapat membahayakan keselamatan nelayan itu sendiri, sebagai alternatif maka masyarakat sewaktu mempunyai penghasilan lebih, mereka memilih membuka toko kelontong yang diharapkan dapat berperan sebagai salah satu opsi jika pendapatan laut mengalami penurunan. Seiring berjalan nya waktu jumlah para pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram juga mengalami peningkatan.

Dapat kita ketahui melalui BPS Kabupaten BatuBara jumlah pedagang kelontong maupun pemilik warung makanan dan minuman serta rumah makan yang ada di Kecamatan Tanjung Tiram tahun 2014 yang tersebar ke 20 desa dan 2 kelurahan adalah sebagai berikut:

³BPS Kabupaten BatuBara, *Kecamatan Tanjung Tiram dalam angka 2017*, diakses pada tanggal 28 Maret 2018.

Tabel 1.1
Banyaknya Saranaperekonomian Menurut Fasilitasnya Di Kecamatan
Tanjung Tiram Tahun 2014

Desa/Kelurahan	Restoran/Rumah Makan	Warung/Kedai Makanan Minuman	Toko/Warung Kelontong
Tanjung Mulia	0	6	1
Sei Mentaram	0	5	5
Pematang Rambai	0	6	4
Bagan Baru	0	3	1
Ujung Kubu	0	2	2
Lima Laras	0	10	22
Guntung	0	5	12
Bagan Dalam	0	5	20
Suka Maju	2	30	30
Tanjung Tiram	8	30	6
Bogak	0	11	71
Sentang	0	8	20
Jati Mulia	0	8	0
Tali Air Permai	0	3	0
Kapal Merah	0	7	2
Band ar Sono	0	8	4
Mekar Laras	0	5	1

Suka Jaya	0	20	18
Kampung Lalang	0	17	22
Bagan Arya	0	3	2
Pahlawan	3	10	30
Bandar Rahmat	0	4	10
Jumlah	15	206	283

Sumber: BPS Kabupaten BatuBara, *Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara dalam angka 2017, 2018*

Berdasarkan Tabel 1.1 banyaknya penyebaran pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram sebanyak 283 toko sedangkan jumlah warung atau kedai makanan dan minuman sebanyak 206 toko, penyebaran toko kelontong terbesar terdapat di desa bogak hal ini dikarenakan daerah tersebut merupakan daerah yang mempunyai jumlah penduduk yang banyak sehingga kebutuhan akan barang-barang makanan juga semakin banyak, sedangkan untuk daerah desa Tali Air Permai dan Jati Mulia tidak mempunyai toko kelontong hal ini dikarenakan daerah tersebut merupakan daerah perkebunan dengan jumlah penduduk yang sedikit sehingga masyarakat tersebut lebih memilih menjalankan usaha perkebunannya. Seiring berjalannya waktu perkembangan usaha toko kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram terlihat normal seperti biasa dengan banyaknya penyebaran toko kelontong pada tiap-tiap daerah Desa. Namun belakangan kondisi berubah saat mulai munculnya ritel modern di Kecamatan Tanjung Tiram yang mengakibatkan terjadinya persaingan antara kedua ritel yang dimana kita ketahui bersama antara ritel modern dan ritel tradisional memang banyak mempunyai kesamaan.

Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Departemen Store, Hipermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan.⁴ Peneliti membatasi masalah fokus mengenai keberadaan Minimarket di

⁴ Perpres No.112 tahun 2007, <http://ditjenpdn.kemendag.go.id>, diakses pada tanggal 5 Maret 2018.

Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara, hal ini dikarenakan baru hanya minimarket yang ada.

Diketahui 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 diwakili minimarket seperti Indomaret, Alfamart, Alfamidi 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 mengklasifikasikan 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 dengan tingkat perputaran yang tinggi⁵.

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.⁶ Selain itu minimarket juga menawarkan kenyamanan berbelanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik, dan dapat berbelanja dalam satu tempat saja sehingga akan menghemat waktu dan tenaga.⁷ Berbeda dengan toko kelontong yang kebanyakan masih bersifat tradisional dan konvensional, dimana pembeli tidak bisa mengambil barangnya sendiri, karena rak toko yang belum modern dan menjadi pembatas antara penjual dan pembeli.⁸

⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Tema Baru.2009), h. 141.

⁶<https://id.wikipedia.org/Supermarket>, diakses tanggal 30 Maret 2018.

⁷Harmazair, *Menggal Potensi Wirausaha-Feasibility Study Plus AndImplementation*, (Bekasi Utara: CV Dian Anugrah Prakasa.2006), h. 327-328.

⁸*Toko Kelontong*, <http://id.wikipedia.org>, diakses pada tanggal 5 Maret 2018.

Perbedaan ini menjadikan keunggulan bagi minimarket sebagai ritel modern. Dengan kondisi seperti itu keberadaan pedagang kelontong semakin terhimpit dalam persaingan yang ketat. 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, dituangkan melalui pasal 4 yang berbunyi:

1. Pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib:
 - a. Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Tradisional, Usaha Kecil dan Usaha Menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan.
 - b. Memperhatikan jarak antara Hypermarket dengan Pasar Tradisional yang telah ada sebelumnya.
 - c. Menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) unit kendaraan roda empat untuk setiap 60 m² (enam puluh meter per segi) luas lantai penjualan Pusat Perbelanjaan dan/atau Toko Modern, dan.
 - d. Menyediakan fasilitas yang menjamin Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang bersih, sehat (hygienis), aman, tertib dan ruang publik yang nyaman.
2. Penyediaan areal parkir sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c dapat dilakukan berdasarkan kerjasama antara pengelola Pusat Perbelanjaan dan/atau Toko Modern dengan pihak lain.
3. Pedoman mengenai ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan huruf b diatur lebih lanjut oleh Menteri.⁹

Penataan tersebut di harapkan peran pemerintah dapat menjaga stabilitas pasar tradisional. Karena kepastian hukum mengenai ritel modern Kecamatan

⁹Perpres No.112 tahun 2007, <http://ditjenpdn.kemendag.go.id>, diakses pada tanggal 5 Maret 2018.

Tanjung Tiram bahkan didaerah mana pun sangat perlu untuk dilakukan. Menurut catatan Kantor Kecamatan Tanjung Tiram jumlah keseluruhan minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram ada 6 buah yang letaknya masing-masing di kelurahan Tanjung Tiram berjumlah 1, Desa Bogak berjumlah 2, Desa Suka Maju berjumlah 1, dan Desa Kampung Lalang berjumlah 2. Sebagaimana dapat dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1.2
Jumlah Ritel Modern/Minimarket Di Kecamatan Tanjung Tiram Tahun 2018

Desa/Kelurahan	Indomaret	Alfamart	Alfamidi
Tanjung Mulia	0	0	0
Sei Mentaram	0	0	0
Pematang Rambai	0	0	0
Bagan Baru	0	0	0
Ujung Kubu	0	0	0
Lima Laras	0	0	0
Guntung	0	0	0
Bagan Dalam	0	0	0
Suka Maju	0	0	1
Tanjung Tiram	1	0	0
Bogak	1	0	1
Sentang	0	0	0
Jati Mulia	0	0	0
Tali Air Permai	0	0	0

Kapal Merah	0	0	0
Bandar Sono	0	0	0
Mekar Laras	0	0	0
Suka Jaya	0	0	0
Kampung Lalang	1	1	0
Bagan Arya	0	0	0
Pahlawan	0	0	0
Bandar Rahmat	0	0	0
Jumlah	3	1	2

Sumber: Kantor Camat Tanjung Tiram 2018

Melihat keadaan pertumbuhan toko modern yang di kuasai oleh sebuah perusahaan tertentu jelas menimbulkan efek atau dampak bagi pedagang-pedagang di daerah yang dijamuri oleh toko modern tersebut dalam hal ini yang akan terkena dampak langsung dari pertumbuhan gerai baik Indomaret maupun Alfamart adalah pengusaha toko kelontong. Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Syafri Yunus bahwa adanya perubahan baik dari omzet, jumlah komoditas barang, jumlah konsumen yang datang, serta berkurangnya jam operasional. Beliau mengatakan pada awalnya sebelum adanya minimarket ia dapat mengumpulkan omset sekitar 1 sampai 1,5 juta perhari, namun setelah adanya minimarket omsetnya berkurang menjadi 500 sampai 800 ribu perhari, karena minimarket menjual komoditas yang sama dengan pedagang kelontong jual. Namun menariknya, ia juga memandang positif adanya ritel modern ini, dikarenakan adanya minimarket dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di Kecamatan Tanjung Tiram.¹⁰ Demikian juga menurut pedagang kelontong lain, Pak Zul bahwa terdapat perubahan, baik dari omzet, jumlah komoditas barang,

¹⁰Syafri Yunus, pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram, wawancara Pribadi, (Tanjung Tiram, 2 Maret 2018).

jumlah konsumen yang datang,serta adanya perbedaan jam operasional setelah adanya minimarket¹¹

Menarik untuk dilihat bahwa Kecamatan Tanjung Tiram di salah satu desa dan kelurahannya mempunyai tingkat kepadatan penduduk yang tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya, hal tersebut menjadikan Kecamatan Tanjung Tiram sebagai salah satu tempat penyebaran minimarket yang efektif jika dibandingkan dengan Kecamatan lainnya di Kabupaten BatuBara, tercatat ada sekitar enam minimarket yang berada di Kecamatan Tanjung Tiram yang letak minimarket satu dengan minimarket yang lain sangat berdekatan, bahkan terlihat ada yang berdampingan, penyebaran minimarket tersebut terletak di satu jalan yang panjangnya tak lebih dari tiga kilometer, jadi penyebaran minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram sebanyak enam outlet terletak di jalan yang panjangnya tak lebih dari tiga kilometer dan hal tersebut mungkin sangat mengganggu untuk pedagang kelontong sekitar.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian tentang analisis dampak keberadaan ritel modern terhadap pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara menarik untuk dilakukan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah tersebut, dapat dikemukakan identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Terjadinya penurunan jumlah omzet toko kelontong setelah adanya minimarket.
2. Tren konsumen berubah setelah adanya minimarket, konsumen lebih memilih belanja di minimarket, hal ini mengakibatkan perubahan keuntungan pedagang kelontong.
3. Pelayanan yang kurang memadai pada toko kelontong menyebabkan adanya perubahan pada jumlah pengunjung toko yang datang.

¹¹Zul, pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram, wawancara pribadi, (Tanjung Tiram, 2 Maret 2018).

4. Daya saing yang lemah mengakibatkan berubahnya jam operasional pedagang kelontong
5. Berkurangnya jumlah pembeli menyebabkan jumlah komoditi barang terus berkurang.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, peneliti membatasi masalah sebanyak tiga masalah saja, hal ini dikarenakan adanya keterbatasan baik dari segi waktu, materi dan ruang lingkup, hal ini bertujuan agar penelitian dapat dilakukan dengan lebih fokus. Berikut penjelasannya:

1. Ekspansi minimarket hingga ke daerah marginal menyebabkan perubahan dari tingkat omzet pedagang kelontong sekitar.
2. Jumlah minimarket yang terus berkembang pesat mengakibatkan berubahnya tingkat keuntungan pedagang kelontong yang berada disekitar minimarket.
3. Dari prapenelitian yang dilakukan dari pengakuan pedagang kelontong, mengatakan bahwa setelah adanya minimarket jumlah pengunjung toko terus berkurang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan-batasan masalah diatas maka timbul pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat omzet toko kelontong saat sebelum dan sesudah munculnya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram?
2. Bagaimana tingkat keuntungan toko kelontong saat sebelum dan sesudah munculnya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram ?
3. Bagaimana jumlah pengunjung toko kelontong sebelum dan sesudah munculnya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membandingkan tingkat omset pedagang kelontong sebelum dan sesudah munculnya minimarket di kecamatan Tanjung Tiram.
2. Membandingkan tingkat keuntungan pedagang kelontong sebelum dan sesudah munculnya minimarket di kecamatan Tanjung Tiram.
3. Mengukur pengaruh minimarket terhadap jumlah pengunjung toko kelontong.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Bagi penulis, penelitian ini berguna sebagai sarana pengaplikasian ilmu yang di dapat saat belajar di bangku perkuliahan yang dituang dalam bentuk tulisan.

2. Bagi Pengusaha Pedagang Kelontong dan Minimarket

Bagi pedagang kelontong penelitian ini berguna mengingatkan untuk terus tetap bertahan, maka pedagang harus meningkatkan daya saing dan terus melakukan inovasi-inovasi. Bagi minimarket penelitian ini berguna untuk mengingatkan agar dapat lebih memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Tradisional, Usaha Kecil dan Usaha Menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan, yang tertuang dalam perpres no.112 tahun 2007.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini berguna sebagai referensi untuk penelitian dan mengetahui bagaimana dan apa saja dampak dari munculnya minimarket di kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara terhadap para pedagang kelontong.

4. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan untuk membuat kebijakan-kebijakan dalam mengatur dan memberikan perizinan terhadap minimarket yang ingin memperluas jaringan-jaringan sampai ke pedesaan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pasar

Pasar adalah suatu tempat terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli atau tempat yang biasanya terdapat penawaran dan permintaan. Harga eceran adalah harga transaksi antara penjual dan pembeli untuk tiap jenis barang yang diecerkan menurut satuan setempat. Karena satuan setempat yang digunakan setiap daerah mungkin berbeda, maka pencatatan dilakukan sesuai dengan harga eceran di dalam satuan setempat yang lazim dipakai di daerah masing-masing. Kriteria 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, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan. Bisnis ritel dapat diklasifikasikan menurut bentuk, ukuran, tingkat modernitasnya, dan lain-lain, sehingga ditemukan berbagai jenis bisnis ritel. Namun, pada umumnya pengertian bisnis ritel dipersempit hanya pada *in-store retailing* yaitu bisnis ritel yang menggunakan toko untuk menjual barang dagangannya. Hal ini bisa diamati pada pembahasan-pembahasan isu mengenai bisnis ritel, baik di media massa maupun forum-forum diskusi, tanpa disadari terfokus pada bentuk ritel yang secara fisik kasat mata yaitu toko-toko usaha eceran.¹²

Regulasi pemerintah mengenai bisnis ritel berada dalam arus pemikiran seperti pada umumnya karena cenderung menggunakan pendekatan yang

¹²BPS Kabupaten BatuBara, *Indikator Ekonomi Kabupaten BatuBara 2016*, diakses pada tanggal 29 Maret 2018.

membatasi bisnis ritel hanya pada *in-store retailing*. Termasuk dalam memberikan batasan mengenai ritel tradisional dan ritel modern. Perpres No 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, memberikan batasan pasar tradisional dan toko modern dalam pasal 1 sebagai berikut:

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. Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket atau pun grosir yang berbentuk Perkulakan. Batasan Toko Modern ini dipertegas di pasal 3, dalam hal luas lantai penjualan sebagai berikut:

- a. Minimarket, kurang dari 400 m² (empat ratus meter per segi)
- b. Supermarket, 400 m² (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter per segi)
- c. Hypermarket, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi)
- d. Department Store, diatas 400 m² (empat ratus meter per segi)
- e. Perkulakan, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi).¹³

Batasan pasar tradisional diatas nampak kurang mewakili pengertian ritel tradisional secara utuh. Karena, berbeda dengan batasan toko modern yang terperinci mulai dari bentuk yang terkecil (minimarket) hingga yang terbesar (hypermarket), batasan pasar tradisional hanya menjelaskan adanya tempat yang luas (atau cukup luas) untuk melokalisasi toko, kios, dan petak-petak, sebagai tempat usaha milik para pedagang dan tempat masyarakat membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, bila menggunakan klasifikasi bentuk ritel dalam mengkaji persaingan ritel tradisional dan ritel modern, agar berimbang

¹³ Perpres No.112 tahun 2007, <http://ditjenpdn.kemendag.go.id>, diakses pada tanggal 5 Maret 2018.

dengan batasan toko modern yang terperinci dalam berbagai ukuran, maka perlu ditambahkan jenis ritel ukuran-ukuran kecil dalam ritel tradisional seperti toko, kios, dan warung yang tidak berada dalam lokasi pasar.¹⁴

Persaingan antara ritel tradisional dan ritel modern terjadi antara jenis ritel dalam ukuran yang kurang lebih sama: minimarket dengan toko dan kios di sekitarnya; pasar tradisional dengan supermarket atau hypermarket. Ketiga jenis ritel modern: minimarket, supermarket, dan hypermarket, mempunyai karakteristik yang sama dalam model penjualan, yaitu dilakukan secara eceran langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan, artinya pembeli mengambil sendiri barang dari rak-rak dagangan dan membayar di kasir. Kesamaan lain, barang yang diperdagangkan adalah berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari. Perbedaan diantara ketiganya, terletak pada jumlah item dan jenis produk yang diperdagangkan, luas lantai usaha dan lahan parkir, dan modal usaha yang dibutuhkan.¹⁵

2. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal, karena dianggap sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya. Dalam analisis ekonomi sering dimisalkan bahwa perekonomian merupakan pasar persaingan sempurna. Akan tetapi dalam prakteknya tidaklah mudah untuk menentukan jenis industri yang struktur organisasinya digolongkan kepada persaingan sempurna yang murni, ciri-cirinya yaitu struktur pasar dari berbagai kegiatan di sektor pertanian.¹⁶

Namun demikian, walaupun pasar persaingan sempurna yang murni tidak wujud didalam praktek, adalah sangat penting untuk mempelajari tentang corak

¹⁴ Tri Joko Utomo, *Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional Vs Modern*, Fokus Ekonomi Vol. 6 No. 1 Juni 2011 h. 124.

¹⁵ Ibid, h.125.

¹⁶ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi teori pengantar*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.2013), h.231

kegiatan perusahaan dalam persaingan sempurna. Pengetahuan mengenai keadaan persaingan sempurna dapat dijadikan landasan didalam membuat perbandingan dengan ketiga jenis struktur pasar lainnya. Disamping itu analisis keatas pasar persaingan sempurna adalah suatu permulaan yang baik dalam mempelajari cara-cara perusahaan menentukan harga dan produksi didalam usaha mereka untuk mencari keuntungan yang maksimum.

a. Ciri-ciri Pasar Persaingan Sempurna:

- 1) Perusahaan adalah pengambil harga
- 2) Setiap perusahaan mudah keluar atau masuk
- 3) Menghasilkan barang serupa
- 4) Terdapat banyak perusahaan di pasar
- 5) Pembeli mempunyai pengetahuan sempurna mengenai pasar¹⁷

3. Pasar Monopoli

Monopoli adalah suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu perusahaan saja dan perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat. Biasanya keuntungan yang dinikmati oleh perusahaan monopoli adalah keuntungan melebihi normal dan ini diperoleh karena terdapat hambatan yang sangat tangguh yang dihadapi perusahaan-perusahaan lain untuk memasuki industri tersebut.¹⁸

a Faktor-faktor yang menimbulkan Monopoli:

- 1) Perusahaan monopoli mempunyai suatu sumber daya tertentu yang unik dan tidak dimiliki oleh perusahaan lain.
- 2) Perusahaan monopoli pada umumnya dapat menikmati skala ekonomi (*economies of scale*) hingga ke tingkat produksi yang sangat tinggi.
- 3) Monopoli wujud dan berkembang melalui undang-undang, yaitu pemerintah memberi hak monopoli kepada perusahaan tersebut.

¹⁷ Ibid, h.233.

¹⁸Ibid, h.266-268.

4. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar monopolistik pada dasarnya adalah pasar yang berada di antara dua jenis bentuk pasar yang ekstrem, yaitu persaingan sempurna dan monopoli. Oleh karena itu sifat-sifat bentuk pasar ini mengandung unsur-unsur sifat pasar monopoli dan sifat pasar persaingan sempurna. Secara umum, pasar persaingan monopolistik dapat didefinisikan sebagai suatu pasar dimana terdapat banyak produsen/penjual yang menghasilkan dan menjual produk yang berbeda coraknya (*differentiated product*). Ciri-ciri pasar persaingan monopolistik selengkapnya adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat banyak penjual
- b. Barangnya bersifat berbeda corak
- c. Perusahaan mempunyai sedikit kekuatan mempengaruhi harga
- d. Masuk ke dalam industri/pasar relatif mudah
- e. Persaingan promosi penjualan sangat aktif¹⁹

5. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli yaitu pasar yang terdiri dari hanya beberapa produsen saja. Adakalanya pasar oligopoli terdiri dari dua perusahaan saja dan pasar seperti itu dinamakan duopoli. Pasar oligopoli hanya terdiri dari sekelompok kecil perusahaan. Biasanya struktur dari industri dalam pasar oligopoli adalah: terdapat beberapa perusahaan raksasa yang menguasai sebagian besar pasar oligopoli, katakanlah 70 sampai 80 persen dari seluruh produksi atau nilai penjualan dan disamping itu terdapat pula beberapa perusahaan kecil. Sifat saling mempengaruhi (*mutual interdependence*) pada pasar oligopoli merupakan sifat yang khusus dari perusahaan dalam pasar oligopoli, yang tidak terdapat dalam bentuk pasar manapun.

a Ciri-ciri pasar Oligopoli:

- 1) Menghasilkan barang standar maupun barang berbeda corak

¹⁹Ibid, h.297-298.

- 2) Kekuasaan menentukan harga adakalanya lemah dan adakalanya sangat tangguh
- 3) Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan promosi secara iklan.²⁰

6. Teori *Rent-Seeking*

Rent-Seeking atau yang biasa disebut pencari rente dapat di definisikan sebagai upaya seorang individu atau sebuah kelompok untuk meningkatkan pendapatan melalui pemanfaatan regulasi atau peraturan pemerintah yang sedang berjalan. Seorang individu maupun sebuah kelompok bisnis tersebut mencari rente ekonomi ketika mereka menggunakan kekuasaan pemerintah untuk menghambat penawaran atau peningkatan permintaan sumber daya yang dimiliki.²¹

Aktivitas pencari rente dapat dikatan seperti halnya lobi untuk mendapatkan lisensi atau surat izin (sebagai contoh pengusaha yang melakukan lobi kepada pemerintah untuk diterbitkan izin usahanya), yang nantinya kegiatan tersebut akan membuat kondisi perekonomian menjadi tidak stabil terlebih nantinya akan ada pihak yang terkena dampak akibat mengabaikan kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah. Pada umumnya kegiatan pencari rente (*Rent-Seeking*) dapat dikatakan bermakna negatif karena adanya kepentingan antara pengusaha dengan penguasa (pemerintah) untuk mengubah kebijakan ekonomi atau mengabaikan kebijakan ekonomi tersebut agar dapat menguntungkan bagi para pencari rente, dan nantinya akan ada pihak yang akan terkena dampak akibat aktivitas pencari rente tersebut.²²

²⁰Ibid, h.314-316.

²¹ Reza Haditya Raharjo, *Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat , Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)*, (skripsi: S1 Undip.2015), h. 39.

²²Ibid, h.39.

7. Dampak Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional

Pada hakikatnya pasar modern dan pasar tradisional mempunyai kelebihan masing-masing dimana segmentasi pasar yang berbeda satu sama lainnya. Di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga yang memungkinkan terjalinnya kedekatan personal dan emosional antar penjual dengan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern, dikarenakan di pasar modern harga sudah pasti yang ditandai dengan label harga. Salah satu keunggulan pasar modern atas pasar tradisional adalah kemampuan menjalin kerjasama dengan pemasok besar dan biasanya untuk jangka waktu yang cukup lama, yang menyebabkan dapat meningkatkan efisiensi melalui skala ekonomi yang besar. Juga beberapa strategi harga antara lain pemangkasan harga, dan diskriminasi harga antar waktu, strategi non harga diantara iklan, jam buka lebih lama, pembelian secara gabungan, dan parkir gratis.²³

Ancaman yang muncul dari keberadaan pasar modern antara lain; pertama, mematikan penjual di tradisional karena adanya pergeseran kebiasaan konsumen. Posisi yang berdekatan antar pasar modern melalui keunggulan yang dimiliki dibandingkan dengan pasar tradisional telah menyebabkan berpindahnya para pembeli pasar tradisional ke pasar modern. Kedua, terkait permasalahan perekonomian lokal. Perputaran uang di daerah, awalnya sebagian besar perputaran uang tersebut merupakan kontribusi dari UKM namun seiring dengan berkurangnya UKM dan pasar tradisional akibat kalah bersaing dengan pasar modern maka secara otomatis mengecilkan kontribusi mereka. Sementara di sisi lain, keberadaan pasar modern di suatu daerah tidak memberikan sumbangan yang signifikan pada perekonomian lokal karena pendapatan yang diperoleh dari pasar modern biasanya hanya berasal dari pajak IMB dan pajak reklame. Data dari Asosiasi Pedagang Pasar Tradisional Seluruh Indonesia (APPSI) pada tahun 2005 seperti dikutip website Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan, bahwa sekitar 400 toko di pasar tradisional harus tutup usaha setiap tahunnya. Jumlah ini

²³ Endi Sarwoko, *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang*, (dalam jurnal ekonomi modernisasi, vol 4, no 2. 2008), h. 4.

kemungkinan akan terus bertambah seiring kehadiran pasar modern yang kian marak. Kondisi semacam ini tentu sungguh memprihatinkan.²⁴

Bagi pedagang tradisional, dengan trend pertumbuhan pasar modern tentunya akan dan telah membawa akibat pada penurunan daya saing pasar tradisional dan melemahkan posisi tawar menawar terhadap para pemasok yang juga menjadi pemasok pasar tradisional. Mutu layanan yang cukup memuaskan merupakan alasan kuat yang menyebabkan pasar modern mampu menyedot minat para konsumen diberbagai wilayah. Selain itu, pasar modern juga memiliki keunggulan lingkungan seperti halnya suasana nyaman, ber-AC, bersih, aman dan ada pula yang dilengkapi dengan sarana hiburan. Pasar tradisional yang semula sebagai tempat berbelanja kaum ibu, kini tetap saja memiliki konsumen yang kebanyakan kaum ibu. Sementara pasar modern, bukan saja memikat belanja kaum ibu yang tadinya berbelanja di pasar tradisional, akan tetapi juga memikat kalangan pria, remaja, dan anak-anak yang berbelanja sendiri. Masih sedikit studi mengenai hubungan antara supermarket dan pasar tradisional di Indonesia khususnya untuk wilayah Kabupaten dan Kecamatan. Ada anggapan bahwa pasar tradisional dan supermarket menarik segmen konsumen yang berbeda. Pasar tradisional umumnya menarik para konsumen kelas menengah-bawah, sementara supermarket menarik para konsumen dari kelas menengah dan atas. Keuntungan kompetitif pasar tradisional adalah harga rendah dan kesegaran produk yang dijualnya, sementara supermarket menyajikan tingkat kenyamanan dan kebersihan terbaik.²⁵

8. 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 di dalam Al-Qur’an, Al-Qur’an telah menawarkan prinsip keadilan dan kesucian pada tiga aspek sekaligus. Ketika

²⁴ Ibid, h. 5.

²⁵ Ibid, h.6.

aspek tersebut adalah Pertama, melarang pemilikan atau pengelolaan harta yang terlarang haram (*dzatiahnya*). Kedua, terlarang dalam cara proses memperoleh atau mengelola dan mengembangkannya. Ketiga, terlarang pada dampak pengelolaan dan pengembangannya jika merugikan pihak lain ada pihak yang menganiaya dan teraniaya.²⁶

Terjadinya persaingan dalam dunia bisnis tidak bisa dihindarkan lagi. Bahkan, persaingan tersebut kian hari bertambah ketat. Boleh di kata, 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 praktek persaingan bisnis yang tidak sehat serta tidak harmonis. Dalam kaitannya ini Islam memberikan konsep untuk menyikapi persaingan bisnis, yaitu ada tiga unsur yang perlu diamati:

a. Pihak yang Bersaing

Bagi seorang muslim, bisnis yang dia lakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta. Harta yang kita peroleh merupakan karunia yang telah ditetapkan oleh Allah. Setiap jiwa sudah ditentukan rezekinya sendiri-sendiri. Jadi tidak mungkin akan tertukar dan tidak akan 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.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ١٥

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. dan Hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”(Q.S. *Al-Mulk* :15)²⁷

²⁶ Muhammad dan Luqman Fauroni, *Visi al-quran tentang etika bisnis Islam*, (Jakarta: Salemba Diniyah.2002), h.10.

²⁷Depag RI, *Al-Quran dan Terjemah* (Tangerang: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri), h.449.

b. Cara Persaingan

Berbisnis adalah merupakan bagian dari bermuammalah. 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 muammalah islami. Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal, seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik bagi mitra 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. Secara alami, hal-hal seperti ini ternyata dapat meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya. Sementara itu, pemerintah wajib melindungi dan menjamin terciptanya sistem yang kondusif dalam persaingan. Pemerintah tidak diperkenankan memberikan fasilitas kepada seseorang atau sekelompok bisnis semisal tentang teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, hak monopoli, atau penghapusan pajak.

c. Produk atau jasa yang dipersaingkan

Beberapa keunggulan produk baik itu barang ataupun jasa yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut :

- 1) Produk, baik barang ataupun jasa yang dipersaingkan seharusnya halal. Spesifikasinya harus sesuai yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan. Selain itu kualitasnya haruslah terjamin dan bersaing.
- 2) Harga, lebih baik jika harga yang ditawarkan kompetitif dan tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.
- 3) Tempat, sebaiknya tempat yang dipergunakan untuk usaha baik, sehat, dan nyaman. Dan lebih baik menghindari melengkapi tempat usaha dengan hal-hal yang dilarang misalnya gambar porno, minuman keras hanya untuk menarik pembeli.
- 4) Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tetapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat. Misalnya, dengan menempatkan perempuan cantik berpakaian seksi.
- 5) Layanan purna jual merupakan servis yang akan melanggengkan pelanggan. Akan tetapi, ini diberikan dengan cuma-cuma atau sesuai dengan akad.²⁸

Dari penjelasan diatas mengenai persaingan etika bisnis Islam ada tiga unsur yang harus di perhatikan terlebih dahulu dalam menjalankan bisnisnya yaitu pihak yang bersaing, cara persaingan dan produk atau jasa yang dipersaingkan. Adapun pijakan dalam melakukan persaingan dalam bisnis Islam yaitu :

- 1) Hai orang-orang yang beriman janganlah kalian saling memakan harta sesama kalian secara batil (*Q.S. An-Nisa*': 29)

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

²⁸ Yusanto Muhammad Ismail dan Kusumawidjaja Muhammad Karebet, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press.2002), h.92-96.

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (*Q.S. An-Nisa': 29*)²⁹

- 2) Seorang muslim adalah bersaudara dengan muslim lainnya tidak mendzalimi dan tidak menekannya (HR. Muslim)
- 3) Menciptakan suasana sebagai berikut:
 - a. Pebisnis muslim tidak meghalalkan segala cara.
 - b. Pebisnis muslim berupaya menghasilkan produk berkualitas dan pelayanan yang terbaik sesuai syari'ah.
 - c. Pebisnis muslim harus memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis.
 - d. Negara harus mampu menjamin terciptanya sistem yang adil dan kondusif dalam persaingan bisnis.³⁰

Dengan demikian persaingan bisnis dalam Islam merupakan suatu yang lumrah terjadi dalam dunia bisnis akan tetapi kelumrahan tersebut harus di barengi dengan etika yang menjadi syarat dalam persaingan tersebut yaitu tidak saling menjatuhkan atau menzhalimi satu dengan yang lain. Pengaruh Islam terhadap persaingan bisnis adalah untuk menjadikan persaingan yang baik dan normal dalam menjalankan bisnisnya.

9. Distorsi Pasar menurut Ekonomi Islam

a. *Ihtikar* (Penimbunan)

Ihtikar adalah suatu praktik ekonomi dimana pedagang mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang dengan harga yang lebih tinggi. Pada umumnya

²⁹Depag RI, *Al-Quran dan Terjemah*, h. 65.

³⁰ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPF.2004), hal.342.

praktik *ihtikar* dilakukan dengan cara menimbun barang agar harganya naik akibat kelangkaan tersebut.³¹

Berikut adalah ayat *Al Quran* tentang pelarangan ihtikar:

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ٢٧٩

Artinya: Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya. (*Q.S. Al-Baqarah: 279*)³²

b. *Bay an-Najasy* (Rekayasa Permintaan)

Hadits riwayat *Muttafaqun 'alaih* tentang *bay an-Najasy*:

وَعَنْهُ قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ النَّجَسِ. (متفق عليه)

Dari *Ibnu 'Umar RA* ia berkata: “*Rasulullah saw* melarang *najasy*.” (*Muttafaqun 'alaih*).³³

c. *Tadlis* (Penipuan)

Tadlis adalah barang (baik barang yang dijual atau kompensasinya baik berupa uang atau barang lain) ternyata tidak sesuai dengan yang dideskripsikan atau yang ditampilkan, mesti tidak ada cacat. *Tadlis* hukumnya haram. Sebab, *Tadlis* itu merupakan bagian dari penipuan.³⁴

Berikut adalah ayat *Al Quran* tentang pelarangan *Tadlis*:

³¹ Isnaini Harahap dkk, *Hadis-hadis ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia group, 2015), h.167.

³²Depag RI, *Al-Quran dan Terjemah*, h. 37.

³³ Al-Hafizh Ibnu Hajar Al-'Asqalani, *Bulughul Maram min Jam'I Adillatil Ahkam*, Terj. Fuad Qawwam, (Malang: Cahaya Tauhid Press, 2003), h. 368.

³⁴Ibid, h.176.

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ
بِالْقِسْطِ لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ
أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ وَصَلِّكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ١٥٢

Artinya: Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan jangan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabatmu, dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat. (Q.S. Al-An'am: 152)³⁵

d. *Gharar*

Menurut bahasa, makna *gharar* adalah *al-khathr* (pertaruhan), sedangkan menurut Ibnu Taimiyyah *gharar* adalah yang tidak jelas hasilnya. Tegasnya adalah semua jual beli *gharar* mengandung ketidakjelasan; pertaruhan dan perjudian.³⁶

Berikut adalah ayat Al Quran tentang pelarangan *gharar*:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيفًا مِّنْ أَمْوَالِ
النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ١٨٨

Artinya: Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui. (Q.S. Al-Baqarah: 188)³⁷

³⁵Depag RI, *Al-Quran dan Terjemah*, h. 117.

³⁶Ibid, h.179.

³⁷Depag RI, *Al-Quran dan Terjemah*, h. 33.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang dampak ritel modern terhadap pedagang kecil, diantaranya pedagang kelontong sudah banyak dilakukan. Dari penelitian tersebut adalah penelitian Reza Haditya Raharjo³⁸, penelitian Marthin Rapael Hutabarat³⁹, penelitian Pradianan Wijayanti⁴⁰, penelitian Much. Nashiruddin⁴¹, penelitian Melita Iffah dkk⁴², dan penelitian Endi Sarwoko⁴³, sebagaimana dapat dilihat pada tabel 2.1

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul / Nama Peneliti / Tahun	Variabel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1	Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di	-keuntungan -omzet penjualan -jumlah pengunjung	-Uji Beda (Paired t-test)	Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa kuesioner yang disebar kepada 15 sampel responden valid dan reliabel. Pada hasil uji beda

³⁸Reza Haditya Raharjo, *Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)*, (skripsi: s1 Undip, 2015).

³⁹Marthin Rapael Hutabarat, *Dampak Kehadiran Pasar Modern Brastagi Supermarket Terhadap Pasar Tradisional Sei Sikambang di Kota Medan*, (skripsi: s1 USU, 2009).

⁴⁰Pradianan Wijayanti, *Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Tradisional Dengan munculnya Minimarket (Studi Kasus : Pedurungan Kota Semarang)*, (skripsi: s1 Undip, 2011).

⁴¹Much. Nashiruddin, *Dampak keberadaan indomaret terhadap pendapatan Pedagang kelontong di pasar cuplik kecamatan Sukoharjo*, (skripsi: s1 Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012).

⁴²Melita Iffah dkk, *Pengaruh toko modern terhadap toko usaha kecil skala lingkungan (studi kasus: minimarket kecamatan blimbing, kota malang)*, (dalam jurnal Tata Kota dan Daerah vol 3, nomor1, Juli 2011).

⁴³Endi Sarwoko, *Dampak keberadaan pasar modern terhadap Kinerja pedagang pasar tradisional Di wilayah kabupaten malang*, (dalam jurnal Modernisasi vol 4, nomor 2, Juni 2008).

	Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat , Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang) / Reza Haditya Raharjo / 2015	toko -jam buka usaha		berpasangan (Paired Sample t-test) dari 90 responden berdasarkan 3 kecamatan yang diteliti terlihat bahwa tingkat signifikansi yang menunjukkan $<0,05$ artinya terdapat dampak yang cukup signifikan, yaitu adanya perubahan tingkat omset, keuntungan, jumlah pembeli, dan jam buka toko akibat dari munculnya minimarket modern di sekitar tempat berdirinya toko kelontong.
2	Dampak Kehadiran Pasar Modern Brastagi Supermarket Terhadap Pasar Tradisional Sei Sikaming di Kota Medan / Marthin Rapael	- Jumlah Pedagang - Jam Buka Toko - Jumlah Omset - Sirkulasi Barang	- Uji Beda (Paired t-test) - Analisis Deskriptif	Hasil dari penelitian adalah perkembangan pasar modern yang cukup pesat menimbulkan dampak bagi pasar tradisional di Kota Medan. Variabel Jam Buka Toko, Margin Laba,

	Hutabarat / 2009	- 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.
3	Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Tradisional Dengan munculnya Minimarket (Studi Kasus : Pedurungan Kota Semarang) / Pradianan Wijayanti / 2011	-Omset Penjualan -Jarak -Diversifikasi Produk	- Analisis Regresi Berganda	keberadaan minimarket akan berpengaruh negative terhadap warung tradisional. Semakin dekat jarak antar minimarket dengan warung tradisional maka keuntungan akan berkurang. Diversifikasi produk mempunyai pengaruh positif terhadap warung tradisional karena warung tradisional memiliki produk yang tidak dimiliki minimarket

4	<p>Dampak keberadaan indomaret terhadap pendapatan Pedagang kelontong di pasar cuplik kecamatan Sukoharjo/ Much. Nashiruddin/ 2012</p>	<p>-pendapatan -dampak tersebut dalam pandangan Islam.</p>	<p>-Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Keberadaan Indomaret di Pasar Cuplik menyebabkan dampak menurunannya pendapatan pedagang kelontong pasar Cuplik hal ini terbukti dengan perubahan pendapatan pedagang kelontong pasar Cuplik setelah adanya Indomaret.</p> <p>Keberadaan Indomaret dalam sudutpandang etika bisnis Islam menyebabkan persaingan yang tidak adil dan merugikan sehingga menyebabkan mayoritas pedagang kelontong mengalami dampak penurunan pendapatan.</p>
---	--	--	-----------------------------------	---

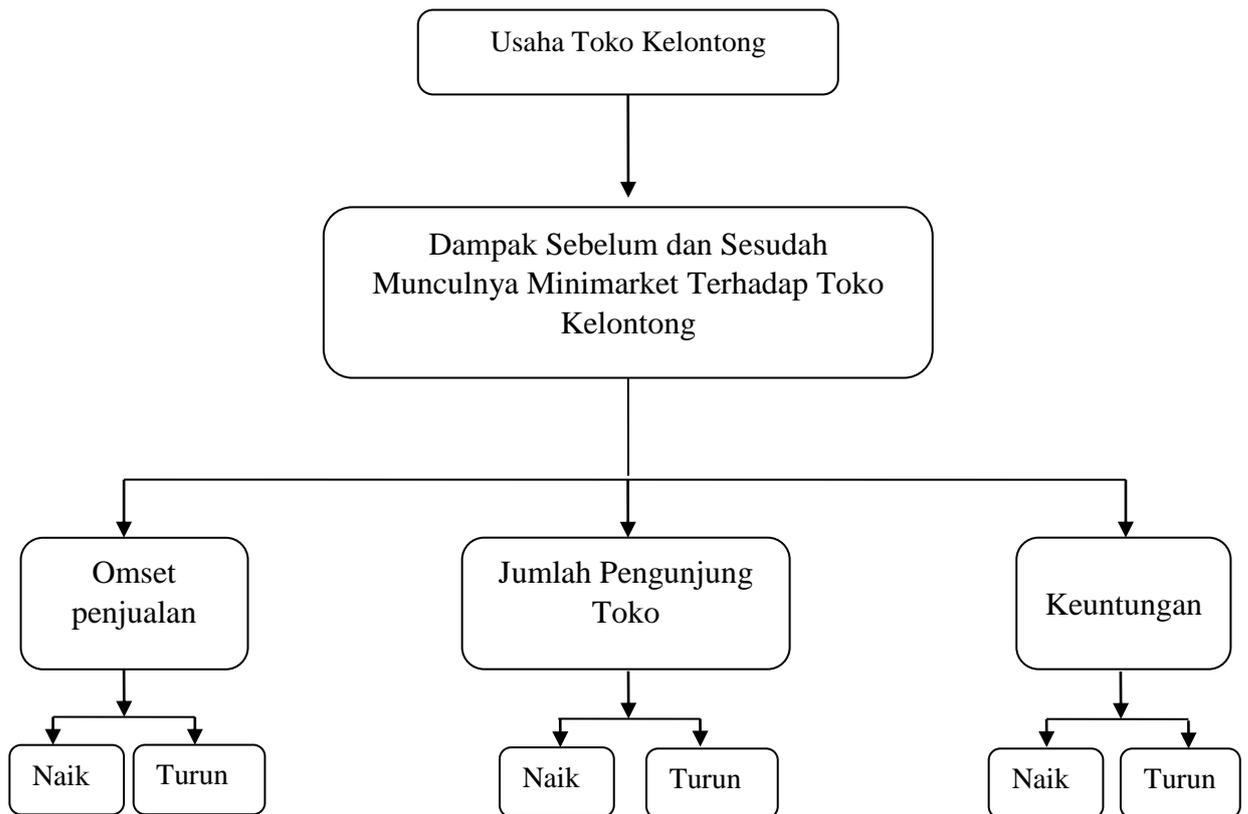
5	<p>Pengaruh toko modern terhadap toko usaha kecil skala lingkungan (studi kasus: minimarket kecamatan blimbing, kota malang)/ Melita Iffah dkk/ 2011</p>	<p>-karakteristik minimarket dan toko usaha kecil -persepsi dan preferensi -jangkauan pelayanan</p>	<p>-IPA -crosstab -analisis pengaruh minimarket overlay jangkauan pelayanan</p>	<p>Hasil penelitian tersebut yaitu baik toko usaha kecil maupun minimarket memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, terdapat perubahan kecenderungan pada preferensi pemilihan tujuan berbelanja, dan semakin besar jangkauan minimarket, maka akan semakin banyak toko yang terfiksi dengan jangkauan pelayanannya, satu minimarket berdampak terhadap 4 toko usaha kecil, dengan rata-rata friksi sebesar 57.29%</p>
6	<p>Dampak keberadaan pasar modern terhadap Kinerja pedagang pasar tradisional Di wilayah</p>	<p>- konsumen - komoditas -harga</p>	<p>-Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Hasil dari penelitian tersebut yaitu Produk yang dijual di pasar tradisional umumnya didominasi bahan</p>

	kabupaten malang/ Endi Sarwoko/ 2008			makanan (sembako), adanya peningkatan omset namun mengalami penurunan tingkat keuntungan, disebabkan adanya persaingan antara ritel, sehingga pedagang menurunkan margin keuntungan melalui mekanisme tawar menawar.
--	--	--	--	--

Perbedaan uraian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan masing-masing terletak pada variabel-variabel, teknik analisis serta studi kasus, dari segi variabel penelitian ini meneliti mengenai tingkat omset, keuntungan, dan jumlah pengunjung toko, selanjutnya penelitian ini menggunakan teknik analisis uji beda *paired t-test*, dan menjadikan Kecamatan Tanjung Tiram sebagai studi kasus penelitian.

C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari toko kelontong di wilayah Kecamatan Tanjung Tiram sebelum dan sesudah munculnya atau tumbuhnya minimarket. Dari analisis tersebut akan dilihat perubahan dalam aspek omset penjualan, keuntungan, dan jumlah pengunjung toko akibat munculnya minimarket. Berikut merupakan bagian kerangka pemikiran dari penelitian:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan yang bersifat sementara mengenai sesuatu objek/subjek yang akan dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian.⁴⁴

Hipotesis dalam analisis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. H_0 = Tidak ada perbedaan terhadap variabel yang diuji antara sebelum dan sesudah adanya minimarket modern di sekitar pedagang kelontong.
- b. H_1 = Terdapat perbedaan terhadap variabel yang diuji antara sebelum dan sesudah adanya minimarket modern di sekitar pedagang kelontong.

Nilai signifikansi dalam uji beda adalah $< 0,05$, apabila probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima, jika probabilitas $< 0,05$ maka H_1 diterima.⁴⁵

⁴⁴Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.46.

⁴⁵Reza Haditya Raharjo, *Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat , Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)*, (skripsi: s1 Undip, 2015), h.38-39.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di sekitar area Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara. Penelitian ini akan dilaksanakan pada tahun 2018.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pemilik toko kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara di Desa dan Kelurahan yang terdapat beberapa minimarket didalamnya.

Tabel 3.1
Distribusi Populasi

Desa/Kelurahan	Indomaret	Alfamart	Alfamidi
Tanjung Mulia	0	0	0
Sei Mentaram	0	0	0
Pematang Rambai	0	0	0
Bagan Baru	0	0	0
Ujung Kubu	0	0	0
Lima Laras	0	0	0
Guntung	0	0	0

Bagan Dalam	0	0	0
Suka Maju	0	0	1
Tanjung Tiram	1	0	0
Bogak	1	0	1
Sentang	0	0	0
Jati Mulia	0	0	0
Tali Air Permai	0	0	0
Kapal Merah	0	0	0
Bandar Sono	0	0	0
Mekar Laras	0	0	0
Suka Jaya	0	0	0
Kampung Lalang	1	1	0
Bagan Arya	0	0	0
Pahlawan	0	0	0
Bandar Rahmat	0	0	0
Jumlah	3	1	2

Sumber: Kantor Camat Tanjung Tiram 2018

Berikut merupakan kriteria populasi pada penelitian ini:

1. Kawasan Desa Suka Maju, Kelurahan Tanjung Tiram, Desa Bogak dan Desa Kampung Lalang merupakan lokasi dimana minimarket berdiri.
2. Toko kelontong yang disurvei sudah berdiri terlebih dahulu di wilayah tersebut sebelum adanya minimarketmodern minimal 1 tahun.
3. Toko kelontong tersebut memiliki radius 100-300 meter dari minimarketmodern.

Pengambilan Sampel dalam penelitian ini didasarkan pada metode *Random Sampling*, teknik ini digunakan jika populasi berada dalam kelompok berbeda dan jumlahnya proporsional dengan asumsi setiap kelompok mempunyai karakteristik yang homogen.⁴⁶

Tabel 3.2
Distribusi Sampel

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Sampel
1	Tanjung Tiram	6
2	Bogak	71
3	Kampung Lalang	22
4	Suka Maju	30
	Jumlah	129

Sumber: Kantor Camat Tanjung Tiram 2018

Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, makin kecil peluang kesalahan generalisasi. Kemudian, makin kecil jumlah populasi, makin besar kesalahan generalisasi (diberlakukan umum). Jumlah sampel yang paling tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Tingkat kepercayaan yang dikehendaki tergantung pada sumber dana, waktu, dan tenaga yang tersedia. Makin besar tingkat kesalahan, makin kecil jumlah sampel yang diberlakukan, semakin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan.⁴⁷

Pedoman menentukan jumlah sampel menurut pendapat Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

⁴⁶ Etta dan Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andioffset. 2010), h.188.

⁴⁷Ibid, h.189

e = tingkat kesalahan

Maka dari itu jumlah sampel dalam penelitian ini dengan tingkat kesalahan 10% adalah

$$n = \frac{129}{1 + 129(0,10)^2}$$

$$n = 56$$

Maka dari itu jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 56 sampel. Dengan persentase sebesar 43% . Distribusi sampel pada setiap Kelurahan/Desa dapat dilihat pada tabel.

D. Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁸ Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana variabel-variabel dalam penelitian diukur. Berikut adalah definisi operasional dari variabel yang akan diteliti, yaitu:

1. Ritel Modern

Ritel modern merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat dikawasan perkotaan sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen seperti mall, supermarket, minimarket, swalayan, pasar serba ada, waralaba, *department store*, *shopping centre* dan sebagainya.

2. Toko Kelontong

Toko kelontong yaitu toko yang dikelola masyarakat tertentu dan biasanya dengan modal yang kecil, dan dikelola dengan manajemen sederhana.

3. Omset Penjualan

Omset penjualan adalah total barang dagangan yang terjual oleh pedagang kelontong setiap bulan ataupun harinya. Adapun pendekatan untuk mengetahui omset penjualan adalah dengan mengalikan jumlah

⁴⁸Ibid, h.38.

barang yang terjual dengan harga. Satuan untuk omset penjualan ditetapkan dalam rupiah setiap harinya.

4. Keuntungan

Keuntungan adalah peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil penanam modalnya. Setelah dikurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan penanaman modal tersebut (termasuk di dalamnya, biaya kesempatan). Satuan untuk keuntungan ditetapkan dalam rupiah setiap bulannya.

5. Jumlah Pengunjung Toko

Jumlah pengunjung toko adalah setiap orang atau konsumen yang datang ke toko kelontong dan membeli langsung barang di toko kelontong tersebut. Satuan untuk jumlah pembeli ditetapkan dalam banyaknya orang yang datang setiap harinya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun jenis data pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama.

Adapun beberapa teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian yaitu

1) Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁴⁹ Penelitian ini menggunakan kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup.

Ada dua ciri penting yang harus dimiliki oleh setiap alat pengukur, yaitu validitas dan reliabilitas. Peneliti harus memeriksa kesahihan (validitas) dan reliabilitas (keterpercayaan) alat-alat yang digunakan dalam

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta.2013), h.142.

penyelidikan. Kalau data peneliti tidak diperoleh dengan alat-alat yang valid dan reliabel, orang akan tidak begitu yakin terhadap hasil yang diperolehnya atau kesimpulan yang ditarik berdasarkan hasil tersebut.

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Untuk mengetahui data tersebut normal dapat dilihat dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data dikatakan menyebar normal apabila:

- Nilai *kolmogorov-smirnov* $Z \leq Z$ tabel; atau
- Nilai *asyp. Sig. (2-tailed)* $> \alpha$.

Karena nilai *asyp.sig.* $> 0,05$ (*alpha*), maka nilai dikatakan menyebar secara normal.⁵⁰

2) Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut valid, valid artinya ketepatan dan kecermatan mengukur atau alat ukur tersebut tepat untuk mengukur sebuah variable yang akan diukur. Untuk mengukur validasi terdapat beberapa instrument yang dapat digunakan antara lain:

a) *Construct validity*

Validitas yang menjelaskan kualitas aspek psikologis apa yang diukur oleh suatu pengukuran serta terdapat evaluasi bahwa suatu konstruk tertentu dapat menyebabkan kinerja yang baik dalam pengukuran.

b) *Content validity*

⁵⁰Suliyanto, *Analisis data dalam aplikasi pemasaran*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia. 2005),h.71.

Validitas yang menjelaskan baik buruknya sampling dari suatu populasi. *Content Validity* diperhitungkan melalui pengujian terhadap isi alat ukur dengan analisis rasional.

c) *Convergent validity*

Sebuah instrument mampu mengumpulkan data yang menghasilkan validasi konvergen yang baik bila instrument itu mendapatkan data mengenai sebuah konstruk memiliki pola yang sama dengan yang dihasilkan oleh instrument yang lain untuk mengukur konstruk yang sama itu. Dua alat ukur digunakan untuk mengukur hal yang sama dari orang yang sama disebut kedua alat ukur itu memenuhi *convergent validity* yang baik.

d) *Predictive validity*

Validitas yang menjelaskan hubungan antara skor suatu alat ukur dengan kinerj seorang di masa mendatang. Secara umum terdapat dua rumus untuk mengukur validitas sebuah kuesioner penilitan yaitu dengan Korelasi *Bivariate Pearson* dan *Correlated Item-Total Correlation*. Korelasi *Bivariate Pearson* adalah salah satu rumus yang dapat digunakan untuk melakukan uji validitas data dengan program SPSS. Berikut merupakan rumus untuk melakukan uji validitas dengan korelasi *Bivariate Pearson* :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

rx_y : Koefisien korelasi

x : Skor item

y : Skor total

n : Banyaknya subjek⁵¹

3) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali – untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Uji Reliabilitas dapat diuji melalui beberapa metode diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Teknik Paralel (*Paralel Form*)

Teknik paralel disebut juga teknik *double test double trial*. Sejak awal peneliti harus sudah menyusun dua perangkat instrument yang paralel (ekuivalen), yaitu dua buah instrument yang disusun berdasarkan satu buah kisi-kisi. Setiap butir soal dari instrument yang satu selalu harus dapat dicarikan pasangannya dari instrumen kedua. Kedua instrumen tersebut diujicobakan semua. Sesudah kedua uji coba terlaksana, maka hasil instrumen tersebut dihitung korelasinya dengan menggunakan rumus *product moment* (korelasi Pearson).

2) Teknik Ulang (*Test Re-Test*)

Teknik Ulang disebut juga teknik *single test double trial*. Menggunakan sebuah instrument, namun dites dua kali. Hasil atau skor pertama dan kedua kemudian dikorelasikan untuk mengetahui besarnya indeks reliabilitas. Teknik perhitungan yang digunakan sama dengan yang digunakan pada teknik pertama yaitu rumus korelasi Pearson.

3) Teknik Belah Dua (*Split Halve Method*)

⁵¹Reza Haditya Raharjo, *Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat , Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)*, (skripsi: s1 Undip, 2015), h.35-36.

Teknik Belah Dua disebut juga teknik *single test single trial*. Peneliti boleh hanya memiliki seperangkat instrument saja dan hanya diujicobakan satu kali, kemudian hasilnya dianalisis, yaitu dengan cara membelah seluruh instrument menjadi dua sama besar. Cara yang diambil untuk membelah soal bisa dengan membelah atas dasar nomor ganjil-genap, atas dasar nomor awal-akhir, dan dengan cara undian.⁵²

F. Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Untuk menganalisis data yang diperoleh dalam penelitian maka dilakukan Uji Beda dengan metode *Paired Sample T-test* (uji beda rata-rata untuk sample yang berhubungan) untuk mengetahui dampak apakah terdapat perbedaan antara sebelum dan sesudah adanya minimarket disekitar pedagang toko kelontong terhadap keuntungan, omset, dan jumlah pengunjung toko.

1. *Paired Sample T-Test*

Teori uji rata-rata *T-Test* adalah sebuah teori dalam statistik yang digunakan untuk menguji apakah suatu nilai tertentu (yang diberikan sebagai pembanding) berbeda secara nyata ataukah tidak dengan rata-rata sebuah sampel. Untuk melakukan uji beda rata-rata dengan *T-Test*, data yang digunakan adalah data yang bertipe kuantitatif.⁵³

Paired t-test digunakan apabila data yang di kumpulkan dari dua sampel yang saling berhubungan, artinya bahwa satu sampel akan mempunyai dua data. Uji-t berpasangan (*paired T-Test*) adalah salah satu metode pengujian hipotesis dimana data yang digunakan tidak bebas (berpasangan). Ciri-ciri yang paling sering ditemui pada kasus yang

⁵²Ibid, h.36-37.

⁵³Ibid, h.37.

berpasangan adalah individu (obyek penelitian) dikenai 2 buah perlakuan yang berbeda⁵⁴

Berdasarkan definisi tersebut penelitian ini menggunakan metode *Paired Sample T-test* untuk mengetahui apakah terdapat perubahan dari sebelum dan sesudah adanya minimarket modern di sekitar pedagang toko kelontong. Dua data atau kelompok disini adalah dampak terhadap variabel penelitian antara sebelum dan sesudah adanya minimarket modern di sekitar pedagang toko kelontong. Setelah dilakukan analisis maka akan terlihat apakah terdapat perbedaan data antara sebelum dan sesudah adanya minimarket modern di sekitar pedagang toko kelontong. Berikut merupakan rumus untuk menghitung *paired sample t-test* atau uji t dua sample berpasangan :

$$t = \frac{\sum D}{\sqrt{\frac{n \cdot \sum D^2 - (\sum D)^2}{n - 1}}}$$

Keterangan :

t = Nilai t hitung

D = Selisih nilai kelompok 1 dan kelompok 2

n = Jumlah Sample

⁵⁴ Marthin Rapael Hutabarat, *Dampak Kehadiran Pasar Modern Brastagi Supermarket terhadap Pasar Tradisional Sei Sikambing Kota Medan*, (skripsi: s1 USU, 2009), h.23.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif eksperimen yang dilakukan di Kecamatan Tanjung Tiram. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara. Penentuan sampel penelitian pada populasi ini terdiri atas 56 pedagang kelontong dilakukan dengan teknik *Random Sampling* dengan rumus Slovin menggunakan 10% tingkat kesalahan. Subjek penelitian ini adalah pedagang kelontong yang lokasinya berdekatan 100-300 meter dari minimarket/ritel modern. Terdapat 6 minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram yang masing-masing terletak di kawasan Desa Suka Maju, Desa Kampung Lalang, Desa bogak, dan Kelurahan Tanjung Tiram, pada lokasi tersebutlah penelitian terhadap toko kelontong akan dilakukan.

Kabupaten BatuBara adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. DPR menyetujui Rancangan Undang-Undang pembentukannya tanggal 8 Desember 2006. Kabupaten ini terletak di tepi pantai Selat Malaka, sekitar 175 km selatan ibu kota Medan. Pada masa pemerintahan Hindia-Belanda, Kabupaten Batubara termasuk ke dalam Karesidenan Sumatera Timur.⁵⁵

Perekonomian di Kabupaten BatuBara cukup potensial, yang dapat kita lihat dari data bahwa pertumbuhan ekonomi Kabupaten BatuBara tahun 2016 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Konstan 2010 mengalami pertumbuhan sebesar 4,26 persen. Pertumbuhan yang tertinggi dicapai oleh lapangan usaha informasi dan komunikasi sebesar 7,24 persen. Kemudian diikuti oleh lapangan usaha pengadaan air, pengelolaan sampah, dan limbah tercatat sebesar 6,62 persen, lapangan usaha pertambangan dan penggalian sebesar 5,69 persen, lapangan usaha jasa lainnya sebesar 5,56 persen, lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar 5,53

⁵⁵<https://www.batubarakab.go.id/>, *Sejarah Singkat*, diakses tanggal 30 Maret 2018.

persen, lapangan usaha jasa kesehatan dan kegiatan sosial sebesar 5,42 persen. Sedangkan 11 (sebelas) lapangan usaha lainnya tumbuh di bawah 5 (lima) persen.⁵⁶

2. Demografi Responden

Demografi adalah ilmu tentang susunan, jumlah, dan perkembangan penduduk; ilmu yang memberikan uraian atau gambaran tentang statistik suatu bangsa yang dilihat dari aspek sosial politik.⁵⁷ Demografi dalam penelitian ini adalah uraian atau gambaran tentang karakteristik responden dari suatu kuesioner penelitian yang digunakan.

Berikut adalah klasifikasi karakteristik responden pedagang toko kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram menurut umur dan jenis kelamin.

Tabel 4.1

Deskripsi Frekuensi Mengenai Jenis Kelamin Responden

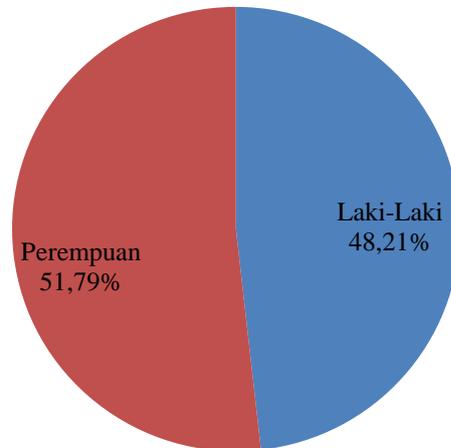
No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
1	Laki-Laki	27	48,21
2	Perempuan	29	51,79
Total		56	100,0

Sumber: Data primer observasi lapangan, 2018

Dari tabel di atas terlihat bahwa responden yang mengisi kuesioner berdasarkan jenis kelamin yang paling banyak dari jumlah total 56 responden adalah perempuan sebanyak 29 orang sedangkan laki laki sebanyak 27 orang hal ini menyatakan bahwa pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara pada target penelitian paling banyak adalah perempuan.

⁵⁶BPS Kabupaten BatuBara, *Berita Resmi Statistik*, 2017, diakses tanggal 30 Maret 2018.

⁵⁷ Sumadji p, *Kamus istilah ekonomi*, (Jakarta: Gama Press, 2010), h.251.



Gambar 4.1 Grafik Jenis Kelamin

Sumber: Data primer observasi lapangan, 2018

Secara grafik *pie chart* terlihat bahwa responden pedagang kelontong berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari pedagang kelontong berjenis kelamin laki-laki, dengan persentase pedagang kelontong perempuan 51,79% terlihat pada grafik *pie chart* berwarna merah, sedangkan pedagang kelontong laki-laki 48,21% terlihat pada grafik *pie chart* berwarna biru.

Tabel 4.2

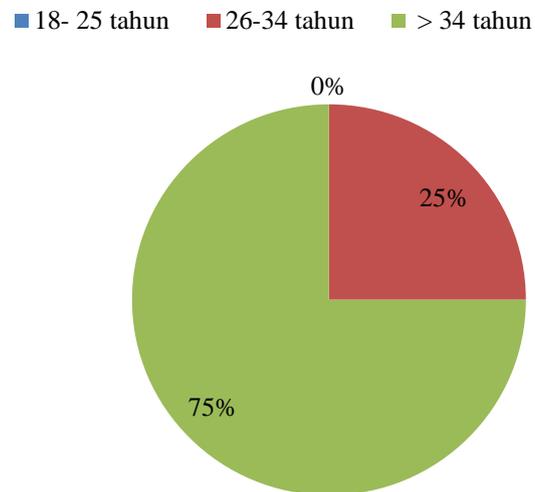
Deskripsi Frekuensi Mengenai Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	18- 25 tahun	0	0
2	26-34 tahun	14	25
3	> 34 tahun	42	75
	Total	56	100

Sumber: Data primer observasi lapangan, 2018

Dari tabel di atas terlihat bahwa responden yang mengisi kuesioner berdasarkan umur dari jumlah total responden sebanyak 56 orang yang paling banyak terdapat pada responden yang berumur > 34 tahun yaitu berjumlah 42 orang, lalu yang berumur diantara 26-34 tahun berjumlah 14 orang, sedangkan pada umur 18-25 tahun tidak terdapat seorang pun. Jadi sebagian besar pedagang

kelontong yang menjadi responden pada penelitian ini adalah mereka yang berumur diatas 34 tahun.



Gambar 4.2 Grafik Umur

Sumber: Data primer observasi lapangan, 2018

Secara grafik *pie chart* di atas terlihat bahwa responden pedagang kelontong yang berumur > 34 tahun memiliki persentase sebanyak 75% dari total 56 responden terlihat pada warna hijau dari grafik diatas, lalu sebanyak 25% responden berumur pada 26-34 tahun terlihat pada warna merah dari grafik diatas, sedangkan pada umur 18-25 tahun terdapat 0% atau tidak ada dari responden dalam hal ini pedagang kelontong yang berumur 18-25 tahun.

B. Pembahasan

1. Data Penelitian

Data diperoleh dengan menggunakan angket atau kuesioner, dengan menggunakan kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka digunakan untuk mengetahui secara jelas dan detail berapa besaran perubahan nominal sebelum dan sesudah adanya minimarket terhadap pedagang kelontong berdasarkan variabel-variabel yang sudah ditentukan, selanjutnya pada kuesioner tertutup digunakan untuk mendukung penelitian guna mengetahui apa yang menjadi kekurangan dari pedagang kelontong. Pada kuesioner terbuka setelah data

diperoleh, proses selanjutnya data akan diuji normalitas terlebih dahulu sebagai suatu syarat yang harus dilewati, karena suatu data dikatakan baik apabila data tersebut berdistribusi normal, setelah data berdistribusi normal maka data pada kuesioner terbuka akan dilanjutkan dengan proses uji hipotesis menggunakan uji *Paired Sample T-Test*, agar dapat kita jelaskan apakah perubahan pada tiap-tiap variabel yg dialami oleh pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram signifikan atau tidak signifikan.

Lalu pada kuesioner tertutup, kuesioner terdiri dari 4 pernyataan dengan masing-masing pilihan jawaban yang telah disediakan berdasarkan tingkat kepuasan atau respon terhadap pernyataan-pernyataan tersebut, setiap pilihan jawaban pada kuesioner akan dikenakan skor-skor yang berbeda sesuai dengan tingkat kepuasan, setelah itu semua hasil jawaban dari responden akan dijadikan dalam bentuk angka, dan akan di totalkan atau disebut juga dengan skor total. Selanjutnya data kuesioner tertutup akan diuji normalitas, setelah data berdistribusi normal maka tahap selanjutnya data akan diuji validitas dan reliabilitas. Setelah data normal, valid, dan reliabel maka data akan dideskripsikan berdasarkan persentase dari berapa jumlah responden memilih pilihan jawaban tertentu pada pernyataan pertama, kedua, ketiga dan keempat, lalu begitu seterusnya untuk tiap-tiap variabel.

Berikut adalah penjelasan hasil kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup dari pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara.

a. Data Kuesioner Terbuka

Pada penelitian ini proses pengumpulan data menggunakan kuesioner terbuka dan juga kuesioner tertutup, kuesioner terbuka berguna untuk mengetahui secara jelas berapa besaran perubahan dari variabel-variabel sebelum adanya minimarket dan sesudah adanya minimarket bagi pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara.

Baiklah adapun data yg didapat dari kuesioner terbuka dari tiap-tiap variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Jumlah Keuntungan Setiap Bulan Pedagang Kelontong Saat Sebelum dan Sesudah Adanya Minimarket

Responden	Sebelum	Sesudah
1	3.000.000	1.500.000
2	3.300.000	2.000.000
3	3.000.000	2.800.000
4	4.200.000	2.600.000
5	2.000.000	1.500.000
6	2.500.000	1.000.000
7	5.500.000	3.000.000
8	4.500.000	2.000.000
9	7.000.000	4.000.000
10	3.000.000	1.000.000
11	4.500.000	4.500.000
12	6.000.000	2.400.000
13	5.000.000	4.500.000
14	8.000.000	7.000.000
15	6.000.000	4.500.000
16	2.500.000	1.000.000
17	5.000.000	3.000.000
18	2.200.000	1.800.000
19	1.500.000	1.500.000
20	2.000.000	1.500.000
21	4.500.000	4.500.000
22	4.500.000	1.500.000
23	2.500.000	1.000.000
24	4.000.000	1.000.000

25	7.000.000	3.000.000
26	1.500.000	1.500.000
27	7.500.000	4.000.000
28	5.000.000	5.000.000
29	2.500.000	1.000.000
30	3.000.000	2.000.000
31	3.500.000	3.500.000
32	2.500.000	1.200.000
33	3.200.000	1.500.000
34	4.000.000	3.000.000
35	3.000.000	2.000.000
36	3.000.000	3.000.000
37	4.000.000	3.000.000
38	4.500.000	3.000.000
39	4.000.000	2.000.000
40	3.500.000	2.000.000
41	3.500.000	3.000.000
42	4.200.000	3.000.000
43	3.000.000	2.000.000
44	4.000.000	2.000.000
45	3.000.000	3.000.000
46	3.500.000	2.500.000
47	4.500.000	3.000.000
48	2.000.000	2.000.000
49	2.000.000	1.500.000
50	4.000.000	4.000.000
51	3.500.000	3.000.000
52	2.500.000	1.500.000
53	4.000.000	3.000.000
54	4.000.000	2.000.000

55	2.500.000	2.000.000
56	3.000.000	3.000.000

Sumber: Data primer observasi lapangan, 2018

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa dari 56 sampel yaitu pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram, terlihat tidak ada pedagang kelontong yang mengalami peningkatan dari segi keuntungan bersih saat dari sebelum ke sesudah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batubara. Dari 56 sampel sebanyak 80.3% dari para pedagang kelontong mengalami penurunan tingkat keuntungan setelah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram sedangkan dari 56 sampel terdapat 19.6% dari para pedagang kelontong tidak mengalami perubahan dari tingkat keuntungan, menurunnya tingkat keuntungan para pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram dikarenakan lemahnya daya saing pedagang kelontong terhadap minimarket, 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.⁵⁸ Selain itu minimarket juga menawarkan kenyamanan berbelanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik, dan dapat berbelanja dalam satu tempat saja sehingga akan menghemat waktu dan tenaga.⁵⁹ Hal ini menjadikan alasan utama berubahnya tren masyarakat yang pada awalnya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dapat dilakukan di pedagang kelontong namun setelah adanya minimarket mereka akan lebih memilih ke minimarket.

Hal lain yang menjadikan masalah yaitu mengenai letak bangunan minimarket yang sangat berdekatan bahkan bersebelahan satu dinding antara minimarket satu dengan yang lain, jelas ini telah melanggar Peraturan Presiden (PerPres), no 112 tahun 2007 pasal 4 tentang Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Tradisional, Usaha Kecil dan Usaha

⁵⁸<https://id.wikipedia.org> *Supermarket*, diakses tanggal 30 Maret 2018.

⁵⁹Harmazair, *Menggali Potensi Wirausaha-Feasibility Study Plus And Implementation*, (Bekasi Utara: CV Dian Anugrah Prakasa.2006), h. 327-328.

Menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan yang ditandatangani oleh presiden Susilo Bambang Yudoyono pada 27 Desember 2007 lalu.⁶⁰

Selanjutnya dari hasil sebaran kuesioner terbuka mengenai variabel tingkat perubahan omzet para pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram sebelum adanya minimarket dan sesudah adanya minimarket, dapat kita lihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Jumlah Total Omzet Setiap Bulan Pedagangan Kelontong Saat Sebelum dan Sesudah Adanya Minimarket

Responden	Sebelum	Sesudah
1	35.000.000	15.000.000
2	45.000.000	30.000.000
3	35.000.000	30.000.000
4	45.000.000	35.000.000
5	25.000.000	20.000.000
6	20.000.000	10.000.000
7	60.000.000	40.000.000
8	55.000.000	20.000.000
9	75.000.000	40.000.000
10	30.000.000	15.000.000
11	49.000.000	49.000.000
12	60.000.000	29.000.000
13	65.000.000	50.000.000
14	75.000.000	65.000.000
15	70.000.000	50.000.000
16	30.000.000	15.000.000
17	55.000.000	40.000.000
18	20.000.000	16.000.000

⁶⁰Perpres No.112 tahun 2007, <http://ditjenpdn.kemendag.go.id>, diakses pada tanggal 5 Maret 2018.

19	19.000.000	19.000.000
20	20.000.000	18.000.000
21	50.000.000	50.000.000
22	45.000.000	15.000.000
23	30.000.000	15.000.000
24	30.000.000	18.000.000
25	50.000.000	22.000.000
26	24.000.000	24.000.000
27	60.000.000	50.000.000
28	60.000.000	60.000.000
29	35.000.000	20.000.000
30	20.000.000	15.000.000
31	60.000.000	60.000.000
32	35.000.000	20.000.000
33	38.000.000	20.000.000
34	45.000.000	30.000.000
35	30.000.000	20.000.000
36	35.000.000	35.000.000
37	45.000.000	30.000.000
38	50.000.000	30.000.000
39	45.000.000	30.000.000
40	30.000.000	20.000.000
41	30.000.000	25.000.000
42	40.000.000	25.000.000
43	35.000.000	20.000.000
44	45.000.000	22.000.000
45	35.000.000	35.000.000
46	40.000.000	28.000.000
47	45.000.000	28.000.000
48	28.000.000	28.000.000

49	30.000.000	12.000.000
50	42.000.000	42.000.000
51	40.000.000	30.000.000
52	30.000.000	15.000.000
53	45.000.000	32.000.000
54	38.000.000	20.000.000
55	35.000.000	20.000.000
56	35.000.000	35.000.000

Sumber: Data primer observasi lapangan, 2018

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa dari 56 sampel yaitu pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram, terlihat tidak ada pedagang kelontong yang mengalami peningkatan dari segi omzet saat dari sebelum ke sesudah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batubara. Dari 56 sampel sebanyak 80.3% dari para pedagang kelontong mengalami penurunan tingkat omzet setelah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram sedangkan dari 56 sampel terdapat 19.6% dari para pedagang kelontong tidak mengalami perubahan dari tingkat omzet, perubahan yang terjadi pada variabel tingkat omzet sama dengan variabel tingkat keuntungan. Terlihat pada responden 1 sebelum adanya minimarket omzet yang dapat dikumpulkan dalam sebulan nya mencapai 35.000.000.00 lalu setelah adanya minimarket maka omzet yang terkumpul perbulan nya hanya 15.000.000.00 saja, namun pada responden 56 baik sebelum adanya minimarket maupun sesudah adanya minimarket tidak mengalami perubahan dari besarnya tingkat omzet, terlihat sebelum adanya minimarket omzet yang dikumpulkan pedagang mencapai 35.000.000.00 begitupun setelah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara.

Pada variabel Jumlah pengunjung toko kuesioner disebar ke 56 responden di Kecamatan Tanjung Tiram, dapat pula berupa hasil sebagai berikut:

Tabel 4.5

Jumlah Pengunjung Toko Kelontong Setiap Hari Saat Sebelum dan Sesudah Adanya Minimarket

Responden	Sebelum	Sesudah
1	50	20
2	60	45
3	38	25
4	55	30
5	30	25
6	30	20
7	70	30
8	42	25
9	80	35
10	80	20
11	30	30
12	40	25
13	75	35
14	90	40
15	80	40
16	60	40
17	75	35
18	30	25
19	30	30
20	50	30
21	60	40
22	75	40
23	35	25
24	60	20

25	80	35
26	30	30
27	50	35
28	65	40
29	45	30
30	50	30
31	30	30
32	47	30
33	45	25
34	45	35
35	40	30
36	40	40
37	40	25
38	55	35
39	50	30
40	30	20
41	40	30
42	35	20
43	40	25
44	30	20
45	40	40
46	30	25
47	55	30
48	35	35
49	40	20
50	45	45
51	50	40
52	45	30
53	50	30
54	50	35

55	40	30
56	45	45

Sumber: Data primer observasi lapangan, 2018

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa dari 56 sampel yaitu pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram, sebanyak 85.7% pedagang kelontong mengalami penurunan jumlah pengunjung toko per hari nya setelah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram sedangkan dari 56 sampel terdapat 14.2% dari para pedagang kelontong tidak mengalami perubahan dari jumlah pengunjung toko perhari nya, artinya sebagian besar para pedagang toko kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram kehilangan konsumen setelah adanya minimarket, berarti memang benar bahwa setelah adanya minimarket tren masyarakat dalam hal pemenuhan kebutuhan sehari-hari telah berubah, awalnya berbelanja di toko kelontong sekarang berpindah ke minimarket. Terlihat pada responden 1 sebelum adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram pengunjung yang datang ke toko kelontong per hari nya berjumlah 50 orang, sedangkan sesaat munculnya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram jumlah pengunjung toko pada responden 1 turun menjadi 20 orang saja, selisih turunnya sebanyak 30 orang, dan ini selisih yang cukup besar. Lalu hal yg sama juga terjadi pada responden kedua yang awalnya jumlah pengunjung toko per hari nya mencapai 60 orang, namun setelah muncul nya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram jumlah pengunjung di toko responden 2 turun menjadi 45 orang.

Akan tetapi ada juga beberapa dari para pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram tidak mengalami penurunan dan kenaikan jumlah pengunjung toko salah satunya terlihat pada responden 56, dimana jumlah pengunjung toko per hari nya mencapai 45 orang jumlah yang sama saat sebelum dan sesudah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara.

b. Data Kuesioner Tertutup

Kuesioner tertutup mempunyai 4 pernyataan dengan masing-masing pilihan jawaban yang telah disediakan berdasarkan tingkat kepuasan atau respon terhadap pernyataan-pernyataan tersebut, setiap pilihan jawaban akan dikenakan skor-skor yang berbeda sesuai dengan tingkatannya, setelah itu semua hasil jawaban dari responden akan di deskripsikan dimana akan dapat kita ketahui dari tiap-tiap variabel berapa responden yang memilih berdasarkan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2= Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

atas pernyataan-pernyataan yang telah diberikan kepada responden, yakni pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram.

Berikut adalah model pernyataan dan hasil deskripsi data kuesioner tertutup pada tiap-tiap variabel:

1) Variabel Keuntungan

Model pernyataan pada kuesioner:

- a Pernyataan 1 : setelah adanya ritel modern jumlah keuntungan berkurang.
- b Pernyataan 2 : produk yang dijual ritel modern lebih banyak dari pada toko kelontong.
- c Pernyataan 3 : pelayanan yang diberikan ritel modern lebih baik dari pada toko kelontong
- d Pernyataan 4 : dengan adanya diskon di ritel modern mempengaruhi jumlah pembeli.

Berikut adalah hasil deskripsi frekuensi pada data variabel keuntungan terhadap pernyataan-pernyataan pada kuesioner tertutup.

Tabel 4.6
Deskripsi Jawaban Responden Untuk Pernyataan 1

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	11	20%
4	Setuju	25	45%
5	Sangat Setuju	20	35%
Total		56	100%

Sumber: Data primer kuesioner tertutup diolah, 2018

Dari tabel di atas merupakan jawaban responden atas pernyataan 1, terlihat tidak ada yg memilih “sangat tidak setuju” dan “tidak setuju” 11 orang yang memilih “netral” 25 orang memilih “setuju” dan 20 orang memilih “sangat setuju” dari 56 sampel.

Tabel 4.7
Deskripsi Jawaban Responden Untuk Pernyataan 2

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	2%
3	Netral	9	16%
4	Setuju	45	80%
5	Sangat Setuju	1	2%
Total		56	100%

Sumber: Data primer kuesioner tertutup diolah, 2018

Dari tabel di atas merupakan jawaban responden atas pernyataan 2, terlihat tidak ada yg memilih “sangat tidak setuju” hanya 1 orang yang memilih “tidak setuju” 9 orang memilih “netral” 45 orang memilih “setuju” dan 1 orang memilih “sangat setuju” dari 56 sampel. Terlihat sebagian besar responden setuju atas pernyataan 2.

Tabel 4.8
Deskripsi Jawaban Responden Untuk Pernyataan 3

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	6	11%
4	Setuju	43	77%
5	Sangat Setuju	7	13%
Total		56	100%

Sumber: Data primer kuesioner tertutup diolah, 2018

Dari tabel di atas merupakan jawaban responden atas pernyataan 3, terlihat tidak ada yg memilih “sangat tidak setuju” dan “tidak setuju” 6 orang memilih “netral” sedangkan 43 orang memilih “setuju” dan 7 orang memilih “sangat setuju” dari 56 sampel. Terlihat sebagian besar responden pedagang toko kelontong setuju atas pernyataan 3.

Tabel 4.9
Deskripsi Jawaban Responden Untuk Pernyataan 4

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	7	13%
4	Setuju	26	46%
5	Sangat Setuju	23	41%
Total		56	100%

Sumber: Data primer observasi lapangan, 2018

Dari tabel di atas merupakan jawaban responden atas pernyataan 4, terlihat tidak ada yg memilih “sangat tidak setuju” dan “tidak setuju” 7 orang memilih “netral” sedangkan 26 orang memilih “setuju” dan 23 orang memilih “sangat setuju” dari 56 sampel. Terlihat sebagian besar responden setuju dan sangat setuju atas pernyataan 4.

2) Variabel Omzet

Berikut model pernyataan pada kuesioner:

- a Pernyataan 1 : adanya perubahan omzet toko kelontong setelah munculnya ritel modern
- b Pernyataan 2 : persediaan barang pada ritel modern lebih lengkap.
- c Pernyataan 3 : pelayanan di toko kelontong kurang optimal
- d Pernyataan 4 : pembelian persediaan barang dilakukan secara berkala dan terjadwal.

Berikut adalah hasil deskripsi frekuensi pada data variabel keuntungan terhadap pernyataan-pernyataan pada kuesioner tertutup.

Tabel 4.10

Deskripsi Jawaban Responden Untuk Pernyataan 1

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	11	20%
4	Setuju	26	46%
5	Sangat Setuju	19	34%
Total		56	100%

Sumber: Data primer kuesioner tertutup diolah, 2018

Terlihat dari tabel di atas hasil jawaban responden terhadap pernyataan 1 menunjukkan responden yang memilih “sangat tidak setuju” dan “tidak setuju” tidak ada, lalu 11 responden memilih “netral” sedangkan 26 responden memilih “setuju” serta 19 responden lainnya memilih “sangat setuju” dari total 56 responden. Sebagian besar responden memilih setuju yakni sebanyak 26 orang atas pernyataan 1.

Tabel 4.11
Deskripsi Jawaban Responden Untuk Pernyataan 2

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	14	25%
4	Setuju	39	70%
5	Sangat Setuju	3	5%
Total		56	100%

Sumber: Data primer kuesioner tertutup diolah, 2018

Terlihat dari tabel di atas hasil jawaban responden terhadap pernyataan 2 menunjukkan responden yang memilih “sangat tidak setuju” dan “tidak setuju” tidak ada, lalu 14 responden memilih “netral” sedangkan 39 responden memilih “setuju” serta 3 responden lainnya memilih “sangat setuju” dari total 56 responden. Sebagian besar responden memilih setuju yakni sebanyak 39 orang atas pernyataan 2.

Tabel 4.12
Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan 3

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	9	16%
3	Netral	42	75%
4	Setuju	5	9%
5	Sangat Setuju	0	0%
Total		56	100%

Sumber: Data primer kuesioner tertutup diolah, 2018

Terlihat dari tabel di atas hasil jawaban responden terhadap pernyataan 3 menunjukkan responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada, 9 responden memilih “tidak setuju” lalu 42 responden memilih “netral” sedangkan 5 responden memilih “setuju” serta tak satupun dari responden memilih “sangat

setuju” dari total 56 responden. Sebagian besar responden memilih netral yakni sebanyak 42 orang atas pernyataan 3.

Tabel 4.13

Deskripsi Jawaban Responden Untuk Pernyataan 4

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	10	18%
3	Netral	43	77%
4	Setuju	3	5%
5	Sangat Setuju	0	0%
Total		56	100%

Sumber: Data primer kuesioner tertutup diolah, 2018

Terlihat dari tabel di atas hasil jawaban responden terhadap pernyataan 4 menunjukkan responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada, 10 responden memilih “tidak setuju” lalu 43 responden memilih “netral” sedangkan 3 responden memilih “setuju” serta tak satupun dari responden memilih “sangat setuju” dari total 56 responden. Sebagian besar responden memilih netral yakni sebanyak 43 orang atas pernyataan 4.

3) Variabel Jumlah Pengunjung Toko

Berikut model pernyataan pada kuesioner:

- a Pernyataan 1 : tempat ritel modern lebih bersih dari pada toko kelontong.
- b Pernyataan 2 : pelayanan ritel modern memberikan pelayanan yang lebih baik dari pada toko kelontong.
- c Pernyataan 3 : kenyamanan dan keamanan parkir ritel modern lebih baik dari pada toko kelontong
- d Pernyataan 4 : ruangan ritel modern lebih nyaman dari pada toko kelontong,

Berikut adalah hasil deskripsi frekuensi pada data variabel keuntungan terhadap pernyataan-pernyataan pada kuesioner tertutup.

Tabel 4.14**Deskripsi Jawaban Responden Untuk Pernyataan 1**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	11	20%
4	Setuju	43	77%
5	Sangat Setuju	2	4%
Total		56	100%

Sumber: Data primer kuesioner tertutup diolah, 2018

Pada tabel di atas dijelaskan tentang jawaban responden untuk pernyataan 1, terlihat pada pilihan jawaban “sangat tidak setuju” dan “tidak setuju” tak satu pun responden memilih dua jawaban tersebut, namun terdapat 11 responden memilih pilihan jawaban “netral” 43 responden memilih “setuju” dan 2 responden memilih “sangat setuju” dari total 56 responden. Jadi sebagian besar responden setuju yakni sebanyak 43 responden atas pernyataan 1.

Tabel 4.15**Deskripsi Jawaban Responden Untuk Pernyataan 2**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	12	21%
4	Setuju	42	75%
5	Sangat Setuju	2	4%
Total		56	100%

Sumber: Data primer kuesioner tertutup diolah, 2018

Pada tabel di atas dijelaskan tentang jawaban responden untuk pernyataan 2, terlihat pada pilihan jawaban “sangat tidak setuju” dan “tidak setuju” tak satu pun responden memilih dua jawaban tersebut, namun terdapat 12 responden memilih pilihan jawaban “netral” 42 responden memilih “setuju” dan 2 responden

memilih “sangat setuju” dari total 56 responden. Jadi sebagian besar responden setuju yakni sebanyak 42 responden atas pernyataan 2.

Tabel 4.16

Deskripsi Jawaban Responden Untuk Pernyataan 3

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	7	13%
4	Setuju	40	71%
5	Sangat Setuju	9	16%
Total		56	100%

Sumber: Data primer kuesioner tertutup diolah, 2018

Pada tabel di atas dijelaskan tentang jawaban responden untuk pernyataan 3, terlihat pada pilihan jawaban “sangat tidak setuju” dan “tidak setuju” tak satu pun responden memilih dua jawaban tersebut, namun terdapat 7 responden memilih pilihan jawaban “netral” 40 responden memilih “setuju” dan 9 responden memilih “sangat setuju” dari total 56 responden. Jadi sebagian besar responden setuju yakni sebanyak 40 responden atas pernyataan 3.

Tabel 4.17

Deskripsi Jawaban Responden Untuk Pernyataan 4

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	4	7%
4	Setuju	40	71%
5	Sangat Setuju	12	21%
Total		56	100%

Sumber: Data primer kuesioner tertutup diolah, 2018

Pada tabel di atas dijelaskan tentang jawaban responden untuk pernyataan 4, terlihat pada pilihan jawaban “sangat tidak setuju” dan “tidak setuju” tak satu pun responden memilih dua jawaban tersebut, namun terdapat 4 responden

memilih pilihan jawaban “netral” 40 responden memilih “setuju” dan 12 responden memilih “sangat setuju” dari total 56 responden. Jadi sebagian besar responden setuju yakni sebanyak 40 responden atas pernyataan 4.

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Untuk mengetahui data tersebut normal dapat dilihat dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Kriteria penilaian uji normalitas sebagai berikut:

- Nilai *asympt. Sig. (2-tailed)* $< \alpha$, maka data tidak normal
- Nilai *asympt. Sig. (2-tailed)* $> \alpha$. Maka data normal⁶¹.

Adapun hasil dari uji normalitas pada penelitian ini terdapat dalam 2 bagian yaitu :

1) Uji Normalitas Data Kuesioner Terbuka

Berikut adalah hasil analisis data dari variabel tingkat keuntungan, tingkat omzet dan jumlah pengunjung toko:

⁶¹Suliyanto, *Analisis data dalam aplikasi pemasaran*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia. 2005), h.71

Tabel 4.18
Hasil Uji Normalitas Data Variabel Keuntungan

		Sebelum	Sesudah
N		56	56
Normal Parameters ^a	Mean	3.7696	2.5411
	Std. Deviation	1.45838	1.21502
Most Extreme Differences	Absolute	.130	.174
	Positive	.130	.174
	Negative	-.077	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		.970	1.304
Asymp. Sig. (2-tailed)		.303	.067

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* di atas terlihat bahwa nilai probabilitas t-statistik $> Level\ of\ Significant = 0.05$. Dengan jumlah sampel pada penelitian sebanyak $N = 56$, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada data variabel keuntungan sebelum adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten adalah $0.303 > 0.05$ hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Lalu dengan jumlah sampel pada penelitian sebanyak $N = 56$, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada data variabel keuntungan sesudah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram adalah $0.067 > 0.05$ hal ini juga menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

Jadi analisis data primer mengenai variabel tingkat keuntungan pedagang kelontong sebelum dan sesudah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara berdistribusi normal.

Tabel 4.19
Hasil Uji Normalitas Data Variabel Omzet

		Sebelum	Sesudah
N		56	56
Normal Parameters ^a	Mean	41.0357	28.6964
	Std. Deviation	1.39961E1	1.31908E1
Most Extreme Differences	Absolute	.131	.157
	Positive	.131	.157
	Negative	-.073	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		.981	1.175
Asymp. Sig. (2-tailed)		.291	.126

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* di atas terlihat bahwa nilai probabilitas t-statistik $> Level\ of\ Significant = 0.05$. Dengan jumlah sampel pada penelitian sebanyak $N = 56$, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada data variabel omzet sebelum adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram adalah $0.291 > 0.05$ hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Lalu dengan jumlah sampel pada penelitian sebanyak $N = 56$, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada data variabel omzet sesudah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram adalah $0.126 > 0.05$ hal ini juga menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

Jadi analisis data primer mengenai variabel tingkat omzet pedagang kelontong sebelum dan sesudah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara berdistribusi normal.

Tabel 4.20
Hasil Uji Normalitas Data Variabel Jumlah Pengunjung Toko

		sebelum	Sesudah
N		56	56
Normal Parameters ^a	Mean	48.8750	30.8929
	Std. Deviation	1.59807E1	7.14188
Most Extreme Differences	Absolute	.168	.175
	Positive	.168	.175
	Negative	-.119	-.129
Kolmogorov-Smirnov Z		1.260	1.308
Asymp. Sig. (2-tailed)		.084	.065

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* di atas terlihat bahwa nilai probabilitas t-statistik $> Level\ of\ Significant = 0.05$. Dengan jumlah sampel pada penelitian sebanyak $N = 56$, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada data variabel jumlah pengunjung toko sebelum adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram adalah $0.084 > 0.05$ hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Lalu dengan jumlah sampel pada penelitian sebanyak $N = 56$, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada data variabel jumlah pengunjung toko sesudah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram adalah $0.065 > 0.05$ hal ini juga menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

Jadi analisis data primer mengenai variabel jumlah pengunjung toko pedagang kelontong sebelum dan sesudah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara telah berdistribusi normal.

2) Uji Normalitas Data Kuesioner Tertutup

Berikut adalah hasil analisis data dari variabel tingkat keuntungan, tingkat omzet dan jumlah pengunjung toko:

Tabel 4.21

Hasil Uji Normalitas Data Variabel Keuntungan

		Keuntungan
N		56
Normal Parameters ^a	Mean	16.2857
	Std. Deviation	1.17108
Most Extreme Differences	Absolute	.171
	Positive	.168
	Negative	-.171
Kolmogorov-Smirnov Z		1.283
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Pada kuesioner tertutup data yang akan di uji normalitas adalah skor total dari total nilai tiap-tiap pernyataan yang diberikan oleh pedagang kelontong. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* di atas terlihat bahwa nilai probabilitas t-statistik $>$ *Level of Significant* = 0.05. Dengan jumlah sampel pada penelitian sebanyak $N = 56$, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada data variabel tingkat keuntungan pada kuesioner tertutup adalah 0.074 $>$ 0.05 hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

Selanjutnya pada tabel 4.22 Akan menampilkan hasil uji normalitas data dari variabel tingkat omzet, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Uji Normalitas Data Variabel Omzet

		Omzet
N		56
Normal Parameters ^a	Mean	13.7500
	Std. Deviation	1.09959
Most Extreme Differences	Absolute	.181
	Positive	.181
	Negative	-.161
Kolmogorov-Smirnov Z		1.354
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Pada kuesioner tertutup data yang akan di uji normalitas adalah skor total dari total nilai tiap-tiap pernyataan yang diberikan oleh pedagang kelontong. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* di atas terlihat bahwa nilai probabilitas t-statistik $> Level\ of\ Significant = 0.05$. Dengan jumlah sampel pada penelitian sebanyak $N = 56$, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada data variabel tingkat keuntungan pada kuesioner tertutup adalah $0.051 > 0.05$ hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Suatu data akan dikatakan baik jika data tersebut berdistribusi normal.

Berikut adalah hasil dari uji normalitas data dari variabel jumlah pengunjung toko kuesioner tertutup pada pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara, sebagai berikut:

Tabel 4.23
Hasil Uji Normalitas Data Variabel Jumlah Pengunjung Toko

		Pengunjung_Toko
N		56
Normal Parameters ^a	Mean	15.8393
	Std. Deviation	1.26170
Most Extreme Differences	Absolute	.176
	Positive	.164
	Negative	-.176
Kolmogorov-Smirnov Z		1.315
Asymp. Sig. (2-tailed)		.063

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Pada kuesioner tertutup data yang akan di uji normalitas adalah skor total dari total nilai tiap-tiap pernyataan yang diberikan oleh pedagang kelontong. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* di atas terlihat bahwa nilai probabilitas t-statistik $> Level\ of\ Significant = 0.05$. Dengan jumlah sampel pada penelitian sebanyak $N = 56$, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada data variabel tingkat keuntungan pada kuesioner tertutup adalah $0.051 > 0.05$ hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Suatu data akan dikatakan baik jika data tersebut berdistribusi normal.

Jadi data kuesioner tertutup dari variabel tingkat keuntungan, variabel tingkat omzet, dan variabel jumlah pengunjung toko pada pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara berdistribusi normal, dan data tersebut layak untuk diuji pada uji data selanjutnya.

b. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut valid, valid artinya ketepatan dan kecermatan mengukur atau alat ukur tersebut tepat untuk mengukur sebuah variable yang akan diukur.⁶² Dalam penelitian ini uji validitas hanya dilakukan pada kuesioner tertutup saja sedangkan data kuesioner terbuka yang sudah berdistribusi normal, langsung ke tahap uji *sample paired t-test*. Berikut adalah hasil uji validitas pada tiap-tiap variabel penelitian:

Tabel 4.24

Hasil Uji Validitas Data Variabel Keuntungan

No	r HITUNG	r TABEL	KEPUTUSAN
r_1	0,58	0,26	Valid
r_2	0,32	0,26	Valid
r_3	0,24	0,26	Tidak valid
r_4	0,69	0,26	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Terlihat pada tabel di atas terdapat kolom r hitung dan juga kolom r tabel serta kolom keputusan, jadi maksud dari kolom r hitung adalah hasil analisis *correlations* data, selanjutnya hasil dari *correlations* atau disebut juga dengan r hitung akan dibandingkan dengan r tabel, r tabel sendiri adalah tabel koefisien relasi r *momen product* dengan signifikansi 5%, untuk menentukan r tabel adalah dari 56 sampel dengan signifikansi 5% dari sini dapat dilihat $df = n-2$, $df=56-2=54$ jadi r tabel yang menjadi perbandingan adalah r tabel pada tabel nomor 54, dan r tabel nomor 54 itu bernilai 0.26 dapat kita lihat pada kolom r tabel nilainya 0.26. Data yang dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, terlihat dari tabel diatas r_1 dan r_2 nilai r hitungnya lebih besar daripada nilai r

⁶²Reza Haditya Raharjo, *Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)*, (skripsi: s1 Undip, 2015), h.35-36.

tabel sehingga memberikan keputusan bahwa r_1 dan r_2 valid, berbeda dengan r_3 terlihat r hitung lebih kecil daripada r tabel sehingga memberikan keputusan bahwa r_3 tidak valid, dan begitu seterusnya untuk r_4 . Jadi data pernyataan 1,2 dan 4 dapat digunakan untuk tahapan selanjutnya.

Selanjutnya hasil uji validitas data variabel omzet pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.25

Hasil Uji Validitas Data Variabel Omzet

No	r HITUNG	r TABEL	KEPUTUSAN
r_1	0,59	0,26	Valid
r_2	0,26	0,26	Valid
r_3	0,66	0,26	Valid
r_4	0,43	0,26	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Terlihat pada tabel di atas terdapat kolom r hitung dan juga kolom r tabel serta kolom keputusan, jadi maksud dari kolom r hitung adalah hasil analisis *correlations* data, selanjutnya hasil dari *correlations* atau disebut juga dengan r hitung akan dibandingkan dengan r tabel, r tabel sendiri adalah tabel koefisien relasi r *momen product* dengan signifikansi 5%, untuk menentukan r tabel adalah dari 56 sampel dengan signifikansi 5% dari sini dapat dilihat $df = n-2$, $df=56-2=54$ jadi r tabel yang menjadi perbandingan adalah r tabel pada tabel nomor 54, dan r tabel nomor 54 itu bernilai 0.26 dapat kita lihat pada kolom r tabel nilainya 0.26. Data yang dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, terlihat dari tabel diatas r_1 , r_2 , r_3 , dan r_4 nilai r hitungnya lebih besar daripada nilai r tabel sehingga memberikan keputusan bahwa r_1 , r_2 , r_3 , dan r_4 valid. Seleruh pernyataan dapat digunakan untuk tahapan selanjutnya.

Yang terakhir, hasil uji validitas data variabel jumlah pengunjung toko setiap harinya pada pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Uji Validitas Data Variabel Jumlah Pengunjung Toko

No	r HITUNG	r TABEL	KEPUTUSAN
r_1	0,52	0,26	Valid
r_2	0,62	0,26	Valid
r_3	0,70	0,26	Valid
r_4	0,67	0,26	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Terlihat pada tabel di atas terdapat kolom r hitung dan juga kolom r tabel serta kolom keputusan, jadi maksud dari kolom r hitung adalah hasil analisis *correlations* data, selanjutnya hasil dari *correlations* atau disebut juga dengan r hitung akan dibandingkan dengan r tabel, r tabel sendiri adalah tabel koefisien relasi r *momen product* dengan signifikansi 5%, untuk menentukan r tabel adalah dari 56 sampel dengan signifikansi 5% dari sini dapat dilihat $df = n-2$, $df=56-2=54$ jadi r tabel yang menjadi perbandingan adalah r tabel pada tabel nomor 54, dan r tabel nomor 54 itu bernilai 0.26 dapat kita lihat pada kolom r tabel nilainya 0.26. Data yang dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, terlihat dari tabel diatas r_1 , r_2 , r_3 , dan r_4 nilai r hitungnya lebih besar daripada nilai r tabel sehingga memberikan keputusan bahwa r_1 , r_2 , r_3 , dan r_4 valid. jadi seluruh pernyataan dapat digunakan untuk tahapan selanjutnya.

c. Uji Reliabilitas

Realibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali – untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliable. Kriteria penilaian suatu data dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha*^a lebih besar dari nilai r tabel.

Tabel 4.27
Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel Keuntungan

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
-.084	4

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Berdasarkan uji reliabilitas pada tabel di atas, terlihat nilai *cronbach's alpha^a* 0.084 dan *N of items* 4. Sebelumnya pada uji validitas data, diketahui bahwa nilai *r* tabel adalah 0.26, suatu data dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha^a* lebih besar dari *r* tabel. Diketahui nilai *cronbach's alpha^a* sebesar $0.084 > 0.26$ maka data dikatakan reliabel atau konsisten. Sehingga data dapat digunakan untuk tahapan selanjutnya.

Selanjutnya hasil uji reliabilitas data variabel omzet pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.28
Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel Omzet

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
-.061	4

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Berdasarkan uji reliabilitas pada tabel di atas, terlihat nilai *cronbach's alpha^a* 0.061 dan *N of items* 4. Sebelumnya pada uji validitas data, diketahui bahwa nilai *r* tabel adalah 0.26, suatu data dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha^a* lebih besar dari *r* tabel. Diketahui nilai *cronbach's alpha^a* sebesar $0.061 > 0.26$ maka data dikatakan reliabel atau konsisten. Sehingga data dapat digunakan untuk tahapan selanjutnya.

Yang terakhir, hasil uji reliabilitas data variabel jumlah pengunjung toko setiap harinya pada pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.29
Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel Jumlah Pengunjung Toko

Cronbach's Alpha	N of Items
.503	4

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Berdasarkan uji reliabilitas pada tabel di atas, terlihat nilai *cronbach's alpha*^a 0.084 dan *N of items* 4. Sebelumnya pada uji validitas data, diketahui bahwa nilai *r* tabel adalah 0.26, suatu data dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha*^a lebih besar dari *r* tabel. Diketahui nilai *cronbach's alpha*^a sebesar 0.061 > 0.26 maka data dikatakan reliabel atau konsisten. Sehingga data dapat digunakan untuk tahapan selanjutnya.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol)⁶³. Data dari kuesioner terbuka saja yang akan diuji hipotesis menggunakan *paired sample t test*. Kriteria penilaian adalah jika diperoleh hasil dari *Sig. (2-tailed)* < 0.05 maka data tersebut mengalami perubahan yang signifikan atau H1 diterima karena data mengalami perubahan setelah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara. Berikut adalah hasil uji hipotesis *paired sample t-test* tiap-tiap variabel pada data yang diperoleh dari kuesioner terbuka:

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta. 2013), h.166

Tabel 4.30
Hasil Uji Hipotesis *Paired Sample T-Test* Data Variabel Keuntungan

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Sebelum – Sesudah	1.228571 429E0	1.02384 5565	.136817 119	.954383 796	1.50275 9061	8.98 0	55	.000

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Berdasarkan hasil uji *Paired Sample t-test* di atas terlihat bahwa nilai *Sig. (2-tailed)* $0.000 < Level\ of\ Significant = 0.05$. Artinya $0.000 < 0.05$ maka H_1 diterima karena terdapat perbedaan terhadap variabel yang diuji antara sebelum dan sesudah adanya minimarket modern di sekitar pedagang kelontong dan H_0 ditolak karena H_0 berarti tidak ada perbedaan terhadap variabel yang diuji antara sebelum dan sesudah adanya minimarket modern di sekitar pedagang kelontong.

Selanjutnya hasil uji uji hipotesis *paired sample t-test* data variabel omzet pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.31
Hasil Uji Hipotesis *Paired Sample T-Test* Data Variabel Omzet

	Paired Differences					t	Df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Sebelum – Sesudah	1.233928571E1	9.155776688	1.223492124	9.887352706	1.479121872E1	10.085	55	.000

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Berdasarkan hasil uji *Paired Sample t-test* di atas terlihat bahwa nilai *Sig. (2-tailed)* $0.000 < Level\ of\ Significant = 0.05$. Artinya $0.000 < 0.05$ maka H_1 diterima karena terdapat perbedaan terhadap variabel yang diuji antara sebelum dan sesudah adanya minimarket modern di sekitar pedagang kelontong dan H_0 ditolak karena H_0 berarti tidak ada perbedaan terhadap variabel yang diuji antara sebelum dan sesudah adanya minimarket modern di sekitar pedagang kelontong.

Yang terakhir, hasil uji hipotesis *paired sample t-test* data variabel jumlah pengunjung toko setiap harinya pada pedagang kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.32
Hasil Uji Hipotesis *Paired Sample T-Test* Data Variabel Jumlah Pengunjung Toko

	Paired Differences					t	Df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Sebelum – 1 Sesudah	17.982	14.390	1.923	14.128	21.836	9.351	55	.000

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2018

Berdasarkan hasil uji *Paired Sample t-test* di atas terlihat bahwa nilai *Sig. (2-tailed)* $0.000 < Level\ of\ Significant = 0.05$. Artinya $0.000 < 0.05$ maka H_1 diterima karena terdapat perbedaan terhadap variabel yang diuji antara sebelum dan sesudah adanya minimarket modern di sekitar pedagang kelontong dan H_0 ditolak karena H_0 berarti tidak ada perbedaan terhadap variabel yang diuji antara sebelum dan sesudah adanya minimarket modern di sekitar pedagang kelontong.

4. Interpretasi Hasil Penelitian

Hasil dari uji hipotesis di atas menjelaskan bahwa perubahan dari variabel-variabel penelitian memang terjadi pada toko kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara. Hal ini dapat terlihat dari respon 56 responden mengatakan demikian. Alasannya pun beragam, toko kelontong dan minimarket, 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 mengklasifikasikan 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 dengan tingkat perputaran yang tinggi.⁶⁴ Selain itu minimarket juga menawarkan kenyamanan berbelanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik, dan dapat berbelanja dalam satu tempat saja sehingga akan menghemat waktu dan tenaga.⁶⁵ Berbeda dengan toko kelontong yang kebanyakan masih bersifat tradisional dan konvensional, dimana pembeli tidak bisa mengambil barangnya sendiri, karena rak tokoyang belum modern dan menjadi pembatas antara penjual dan pembeli.⁶⁶

Perbedaan tersebut menjadikan keunggulan bagi minimarket sebagai ritel modern yang mengakibatkan kemampuan daya saing toko kelontong semakin lemah hal ini juga menjadi faktor utama terdapatnya perubahan pada variabel-variabel penelitian karena berubahnya pilihan tempat berbelanja dari konsumen. Faktor selanjutnya yaitu letak bangunan antara minimarket satu dengan minimarket yang lain dimana terlihat jarak bangunan antara keduanya saling berdekatan bahkan beberapa ada yang bersebelahan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapatnya perubahan yang signifikan terhadap variabel-variabel penelitian pada toko kelontong sebelum dan sesudah munculnya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara, hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu seperti penelitian Reza Haditya Raharjo yang berjudul analisis pengaruh keberadaan minimarket modern terhadap kelangsungan usaha toko kelontong di sekitarnya (studi kasus kawasan Semarang Barat, Banyuwangi, Pedurungan Kota Semarang) dari Universitas Diponegoro yang menjelaskan bahwa terdapat dampak yang cukup signifikan, yaitu adanya perubahan tingkat omset, keuntungan, jumlah pembeli, dan jam buka toko akibat dari munculnya minimarket modern di sekitar tempat berdirinya toko

⁶⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Tema Baru.2009), h. 141.

⁶⁵Harmazair, *Menggal Potensi Wirausaha-Feasibility Study Plus And Implementation*, (Bekasi Utara: CV Dian Anugrah Prakasa.2006), h. 327-328.

⁶⁶Toko Kelontong, <http://id.wikipedia.org>, diakses pada tanggal 5 Maret 2018.

kelontong.⁶⁷ Selanjutnya juga terdapat kesamaan pada penelitian Marthin Rapael Hutabarat dari Universitas Sumatera Utara yang berjudul Dampak kehadiran pasar modern brastagi supermarket terhadap pasar tradisional Sei Sikambing di Kota Medan, yaitu terdapat perbedaan yang nyata terhadap variabel pendapatan para pedagang sejak munculnya pasar modern brastagi.⁶⁸

Menurut peneliti masalah munculnya minimarket terhadap pedagang kelontong tidak saja dialami di Kecamatan Tanjung Tiram namun juga terjadi di wilayah seluruh Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa ternyata minimarket memiliki dampak yang negatif terhadap pedagang kelontong disekitarnya.

Dari observasi lapangan yang peneliti dapat, menunjukkan bahwa pedagang kelontong bingung mengapa pertumbuhan minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram prosesnya begitu cepat, animo masyarakat juga sangat besar dalam menyambut model belanja modern tersebut, hal ini mengakibatkan bergesernya kebiasaan konsumen, di mana pada awalnya konsumen berbelanja di pedagang sekitar, sekarang berpindah ke minimarket. Pedagang toko kelontong mengeluhkan kerja pemerintah yang terkesan terlalu mudah memberikan izin kepada perusahaan untuk mendirikan minimarket. Para pedagang berharap semoga ke depannya pertumbuhan minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram tidak terjadi lagi, cukup yang sudah ada sekarang saja namun jangan ditambah lagi.

Penulis sendiri melihat ada salah satu tren di kalangan masyarakat di Kecamatan Tanjung Tiram di mana berbelanja pada minimarket menjadi salah satu bentuk ketegasan status sosial di antara masyarakat, terlihat saat pertama kali adanya minimarket masyarakat berlomba-lomba membelanjakan uangnya ke minimarket bahkan untuk hal yang tidak terlalu dibutuhkan. Tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap minimarket juga menjadi alasan penyebab lemahnya daya saing pedagang kelontong, serta adanya promosi harga diakui oleh pedagang

⁶⁷Reza Haditya Raharjo, *Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat , Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)*, (skripsi: s1 Undip, 2015).

⁶⁸Marthin Rapael Hutabarat, *Dampak Kehadiran Pasar Modern Brastagi Supermarket Terhadap Pasar Tradisional Sei Sikambing di Kota Medan*, (skripsi: s1 USU, 2009).

kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram sangat mempengaruhi tren masyarakat dalam menentukan tempat berbelanja.

Ada beberapa pedagang kelontong tidak mengalami perubahan dari tiap-tiap variabel hal ini dikarenakan pedagang yang tidak mengalami perubahan sebagian besar konsumennya terikat pada pedagang kelontong karena saat konsumen tidak memiliki uang untuk belanja, pedagang akan memberikan hutang kepada konsumen yang di kemudian hari hutang tersebut dapat dilunasi, maka dari itu sebagian besar konsumen tidak akan berpindah ke minimarket.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa hasil uji hipotesis dengan metode *Sample Paired T-Test* menunjukkan variabel tingkat keuntungan, tingkat omzet, dan jumlah pengunjung toko mengalami perubahan yang signifikan setelah munculnya minimarket atau ritel modern. Untuk menjawab masalah yang telah dikemukakan diawal maka penulis membuat hasil penelitian dengan rincian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji analisis data dari 56 responden di Kecamatan Tanjung Tiram terdapat sekitar 80.3% pedagang kelontong yang mengalami perubahan dari tingkat keuntungan yang perubahan tersebut berupa penurunan, sedangkan yang tidak mengalami perubahan atau tingkat keuntungannya tetap sekitar 19.6% artinya setelah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara keuntungan pedagang kelontong sebagian besar mengalami penurunan, maka dari itu H1 diterima.
2. Berdasarkan hasil uji analisis data dari 56 responden di Kecamatan Tanjung Tiram perubahan pada tingkat omzet pada pedagang kelontong memiliki persentase yang sama dengan perubahan tingkat keuntungan, artinya setelah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara omzet pedagang kelontong sebagian besar mengalami penurunan, maka dari itu H1 diterima.
3. Pada variabel jumlah pengunjung toko berdasarkan hasil uji analisis data dari 56 responden terdapat sekitar 85.7% pedagang kelontong mengalami perubahan jumlah pengunjung toko dalam hal ini adanya penurunan jumlah pengunjung toko setiap harinya, sedangkan yang tidak mengalami perubahan sekitar 14.2% maka perubahan pada jumlah pengunjung toko setiap harinya saat sebelum dan sesudah

munculnya ritel modern sangat signifikan, artinya setelah adanya minimarket di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara jumlah pengunjung toko kelontong per harinya mengalami pengurangan, maka dari itu H1 diterima.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian diatas, penelitian ini merekomendasikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah

Pemerintah khususnya di Provinsi Sumatera Utara dan Kabupaten BatuBara hendaknya meniru Perda pemerintah Kota Padang yang melarang mengenai adanya ritel modern. Setidaknya untuk wilayah Kabupaten BatuBara jumlah minimarket dibatasi dan lokasinya juga diperbaiki karena minimarket sejatinya tidak memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di Kecamatan Tanjung Tiram.

2. Bagi Lingkungan Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya, dengan variabel-variabel lebih banyak lagi agar hasil yang diperoleh dapat diketahui dari banyak sisi.

3. Bagi Pengusaha Pedagang Kelontong dan Minimarket

Pedagang Kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram hendaknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan terus melakukan inovasi agar dapat meningkatkan daya saing. Perusahaan minimarket harus lebih mementing kepentingan sosial agar terwujudnya suatu persaingan yang adil antara pedagang kelontong dan minimarket.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Al-'Asqalani Al-Hafizh Ibnu Hajar, *Bulughul Maram min Jam'I Adillatil Ahkam*,
Terj. Fuad Qawwam, Malang: Cahaya Tauhid Press, 2003.

BPS Kabupaten BatuBara, *Berita Resmi Statistik*, 2017, diakses tanggal 30 maret
2018.

BPS Kabupaten BatuBara, *Indikator Ekonomi Kabupaten BatuBara 2016*, diakses
pada tanggal 29 maret 2018.

BPS Kabupaten BatuBara, *Kecamatan Tanjung Tiram Dalam Angka 2017*,
diakses pada tanggal 28 maret 2018.

Buku panduan penulisan skripsi, Fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas
Islam Sumatera Utara.Medan, 2015.

Darmadi, Hamid. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, Bandung: Alfabeta,
2013.

Depag RI. *Al-Quran dan Terjemah*, Tangerang: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri,
2013.

Hadi, Sutrosno. *Metode Riset II*. Yogyakarta: Andioffset,1986.

Harahap, Isnaini dkk. *Hadis-hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenada media group, 2015.

Harmazair. *Menggali Potensi Wirausaha-Feasibility Study Plus And
Implementation*. Bekasi Utara: CV Dian AnugrahPrakasa, 2006.

Hutabarat, Martin Rapael. *Dampak Kehadiran Pasar Modern Brastagi
Supermarket terhadap Pasar Tradisional SeiSikaming Kota Medan*.
skripsi: S1 USU, 2009.

Iffah, Melita dkk. *Pengaruh toko modern terhadap toko usaha kecil skala
lingkungan (studi kasus: minimarket kecamatan blimbing, kota malang)*.

Dalam jurnal Tata Kota dan Daerah, vol 3, nomor1, Juli 2011.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT TemaBaru, 2009.

Madralis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.

Muhammad dan Alimin. *Etikadan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi
Islam*.Yogyakarta: BPF.2004.

- Muhammad dan Luqman Fauroni. *Visi al-quran tentang etika bisnis Islam*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Nashiruddin, Much. *Dampak keberadaan indomaret terhadap pendapatan Pedagang kelontong di pasar cuplik kecamatan Sukoharjo*. skripsi: s1 Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.
- P, Sujadmi. *Kamus Istilah Ekonomi*. Jakarta: Gama Press, 2010.
- Raharjo, Reza Haditya . *Analisis pengaruh keberadaan minimarket modern terhadap kelangsungan usaha toko kelontong disekitarnya (studi kasus kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan, kota Semarang)*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2015.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2010.
- Sarwoko, Endi. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang*. Dalam jurnal ekonomi modernisasi, vol 4, no 2. 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukirno, Sadono. *Mikro ekonomi teori pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Utomo, Tri Joko. *Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional Vs Modern*, Fokus Ekonomi Vol. 6 No. 1 Juni 2011.
- Wijayanti, Pradianan. *Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Tradisional Dengan munculnya Minimarket (Studi Kasus : Pedurungan Kota Semarang)*. skripsi: s1 Undip, 2011.
- Yusanto Muhammad Ismail dan Kusumawidjaja Muhammad Karebet. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- <https://www.batubarakab.go.id/>. *Sejarah Singkat*, diakses tanggal 30 maret 2018.
- <https://id.wikipedia.org>. *Supermarket*, diakses tanggal 30 maret 2018.
- <http://id.wikipedia.org>. *Toko Kelontong*, diakses pada tanggal 5 maret 2018.
- <http://ditjenpdn.kemendag.go.id>. Diakses pada tanggal 5 maret 2018.
- <https://id.wikipedia.org>. Diakses pada tanggal 16 april 2018

LAMPIRAN

A. Kuesioner

1. Identifikasi Responden

- Nama :
- Usia :
 1. 18 - 25 tahun,
 2. 26 - 33 tahun,
 3. >34 tahun
- Jenis kelamin :
 1. Laki-laki,
 2. Perempuan
- Profesi atau pekerjaan :
 1. Wirausaha,
 2. Karyawan,
 3. Pelajar,
 4. PNS, TNI/Polri
- Ritel :
 1. Tradisional,
 2. Modern

2. Petunjuk Pengisian

Berikanlah tanda (✓) pada jawaban yang Saudara/ i kehendaki serta isilah pertanyaan sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi!

Pilihan Jawaban :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Pertanyaan Umum : Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap Pedagang Kelontong di Kecamatan Tanjung Tiram

1. KEUNTUNGAN

Apabila ada perubahan dari segi keuntungan saat sebelum dan sesudah adanya indomaret/alfamart/alfamidi, mohon kiranya diisi seberapa besar perubahan tersebut:

Keuntungan toko perbulan:

- Sebelum berdirinya minimarket:
- Sesudah berdirinya minimarket:

No	Keterangan	STS	TS	N	S	SS
1	Setelah adanya ritel modern jumlah keuntungan berkurang					
2	Produk yang dijual di ritel modern lebih banyak daripada toko kelontong					
3	Pelayanan yang diberikan ritel modern lebih baik daripada took kelontong					
4	Dengan adanya diskon di ritel modern mempengaruhi ijumlah pembeli					

2. OMZET

Apabila ada perubahan dari segi omzet saat sebelum dan sesudah adanya indomaret/alfamart/alfamidi, mohon kiranya diisi seberapa besar perubahan tersebut:

Omzet toko perbulan:

- Sebelum berdirinya minimarket:
- Sesudah berdirinya minimarket:

No	Keterangan	STS	TS	N	S	SS

1	Adanya perubahan omzet toko kelontong setelah munculnya ritel modern					
2	Persediaan barang pada ritel modern lebih lengkap					
3	Pelayanan di toko kelontong kurang optimal					
4	Pembelian persediaan barang dilakukan secara berkala dan terjadwal					

3. JUMLAH PENGUNJUNG TOKO

Apabila ada perubahan dari segi jumlah pengunjung toko saat sebelum dan sesudah adanya indomaret/alfamart/alfamidi, mohon kiranya diisi seberapa besar perubahan tersebut:

Pengunjung toko perhari:

- Sebelum berdirinya minimarket:
- Sesudah berdirinya minimarket:

No	Keterangan	STS	TS	N	S	SS
1	Tempat ritel modern lebih bersih daripada toko kelontong					
2	Pelayanan ritel memberikan pelayanan yang baik daripada toko kelontong					
3	Kenyamanan dan keamanan parker ritel modern lebih baik daripada toko kelontong					
4	Ruangan ritel modern lebih nyaman daripada di toko kelontong.					

B. Perolehan Data Kuesioner Tertutup

No. Res	KEUNTUNGAN				Skor Total
	Nomor Butir Angket				
	1	2	3	4	
1	5	4	4	4	17
2	4	4	4	4	16
3	4	4	4	5	17
4	5	3	3	5	16
5	5	3	3	5	16
6	5	4	3	5	17
7	5	3	3	4	15
8	5	4	3	5	17
9	5	3	4	4	16
10	5	4	4	4	17
11	3	4	4	4	15
12	5	3	4	4	16
13	4	3	4	5	16
14	4	3	4	4	15
15	5	2	3	4	14
16	4	4	4	4	16
17	4	3	4	4	15
18	4	4	4	5	17
19	3	4	4	5	16
20	4	4	4	5	17
21	3	5	5	3	16
22	5	4	4	4	17
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	3	4	5	3	15
27	4	4	4	3	15
28	3	4	4	4	15
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	3	4	4	4	15
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	5	17
34	4	4	4	5	17
35	4	4	4	5	17

36	3	4	4	3	14
37	4	4	4	5	17
38	5	4	4	4	17
39	5	4	4	4	17
40	5	4	4	4	17
41	4	4	5	4	17
42	5	4	4	5	18
43	4	4	4	5	17
44	5	4	4	5	18
45	3	4	4	3	14
46	5	4	4	5	18
47	5	4	5	5	19
48	3	4	4	5	16
49	4	4	4	4	16
50	3	4	4	3	14
51	4	3	4	5	16
52	4	4	4	4	16
53	5	4	4	5	18
54	5	4	5	5	19
55	4	4	5	5	18
56	3	4	5	3	15

No. Res	OMZET				Skor Total
	Nomor Butir Angket				
	1	2	3	4	
1	5	3	3	3	14
2	4	3	3	2	12
3	5	4	4	3	16
4	5	3	3	4	15
5	5	3	3	4	15
6	5	4	3	3	15
7	5	3	3	3	14

8	5	4	3	4	16
9	5	3	3	3	14
10	5	4	3	3	15
11	3	4	4	3	14
12	5	3	3	2	13
13	4	3	2	3	12
14	4	3	3	3	13
15	5	3	2	3	13
16	4	3	3	3	13
17	4	3	2	3	12
18	4	4	2	3	13
19	3	4	3	3	13
20	4	4	3	3	14
21	3	5	3	3	14
22	5	3	3	3	14
23	4	4	4	3	15
24	5	5	3	3	16
25	4	4	3	3	14
26	3	4	3	3	13
27	4	4	2	3	13
28	3	4	2	3	12
29	4	4	3	3	14
30	4	4	3	2	13
31	3	4	3	3	13
32	4	4	3	3	14
33	4	4	3	3	14
34	4	4	3	3	14
35	4	4	3	3	14
36	3	4	2	3	12
37	4	4	3	2	13
38	4	4	3	2	13
39	4	4	3	2	13
40	5	4	3	2	14
41	4	4	2	2	12
42	5	4	4	3	16
43	4	4	4	3	15
44	5	4	3	3	15
45	3	4	3	3	13
46	4	4	3	2	13
47	5	4	3	3	15
48	3	4	2	3	12

49	4	4	3	3	14
50	3	4	3	3	13
51	4	3	3	3	13
52	4	4	3	3	14
53	5	4	3	2	14
54	5	4	3	3	15
55	4	4	3	3	14
56	3	5	3	3	14

No. Res	PENGUNJUNG				Skor Total
	Nomor Butir Angket				
	1	2	3	4	
1	4	4	4	5	17
2	4	4	3	4	15
3	4	4	5	4	17
4	4	3	4	4	15
5	4	3	4	4	15
6	4	3	5	3	15
7	4	3	4	4	15
8	5	4	4	4	17
9	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16
11	4	4	3	4	15
12	3	3	3	4	13
13	4	4	4	4	16
14	4	4	3	3	14
15	4	3	4	3	14
16	4	3	3	4	14
17	3	3	4	4	14
18	4	4	4	4	16
19	3	4	4	4	15
20	4	3	4	4	15
21	4	4	4	4	16
22	4	3	3	4	14
23	4	4	4	4	16
24	4	4	5	5	18
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	3	4	4	4	15

28	3	4	4	4	15
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	3	3	4	4	14
33	4	4	4	4	16
34	4	4	5	4	17
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	5	17
38	3	4	4	4	15
39	4	4	5	5	18
40	4	4	4	5	17
41	4	4	4	5	17
42	4	5	5	4	18
43	5	4	5	5	19
44	4	4	4	4	16
45	3	4	4	4	15
46	4	3	4	5	16
47	4	4	5	4	17
48	3	4	4	3	14
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	3	5	5	5	18
52	4	4	4	5	17
53	3	4	3	4	14
54	4	4	4	5	17
55	4	4	4	5	17
56	4	4	4	4	16