

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan sengit dalam industri ritel telah melanda negara-negara maju sejak abad yang lalu, khususnya di Amerika Serikat dan Eropa Barat. Persaingan terjadi terutama antara usaha ritel tradisional dan ritel modern. Namun, menjelang dekade akhir lalu persaingan telah meluas hingga ke negara-negara berkembang, di mana deregulasi sektor usaha ritel yang bertujuan untuk meningkatkan Investasi Asing Langsung (IAL) telah berdampak pada pengembangan jaringan supermarket (Reardon & Hopkins 2006).

Industri ritel modern telah berkembang pada tahun 1960-an tepatnya pada tahun 1964 yang ditandai dengan berdirinya Sarinah *building*. Industri ini mulai menampakkan pertumbuhannya dari tahun 1970-1977 dengan adanya perubahan jenis gerai misalnya supermarket, *department store* dan sebagainya. Pada awalnya bisnis ritel modern ini didominasi oleh peritel dalam negeri seperti Matahari, Ramayana, Hero, dan sebagainya. Dalam perkembangannya, pada tahun 1980 terjadi kesepakatan antara IMF dengan pemerintah Indonesia mengenai perjanjian peritel asing untuk dapat berinvestasi atau membuka gerai tanpa harus bekerjasama dengan peritel lokal. Hal tersebut merupakan peluang yang sangat

menjanjikan bagi peritel lokal maupun asing karena Indonesia memiliki potensi *market share* yang sangat besar dengan jumlah penduduk terbesar ke-empat di dunia setelah Cina, Amerika dan India yakni lebih dari 220 juta penduduk, sehingga banyak peritel baik lokal maupun asing mengincar pasar ritel di Indonesia untuk memperoleh keuntungan yang sangat besar (Cipto, 2009).

Meningkatnya persaingan telah mendorong kemunculan minimarket di kota-kota kecil dalam rangka untuk mencari pelanggan baru dan terjadinya perang harga. Akibatnya, bila minimarket Indonesia hanya melayani masyarakat kelas menengah-atas pada era 1980-an dan awal 1990-an (CPIS 1994), penjamuran minimarket hingga ke kota-kota kecil dan adanya praktik pemangsaan melalui strategi pemangkasan harga memungkinkan konsumen kelas menengah-bawah untuk mengakses minimarket. Persoalan ini tentu juga dialami di negara berkembang lainnya (Reardon *et al* 2003; Collett & Wallace 2006). Kendati persaingan antar minimarket secara teoretis menguntungkan konsumen, dan mungkin perekonomian secara keseluruhan, relative sedikit yang diketahui mengenai dampaknya pada pasar tradisional. Mengukur dampak amat penting mengingat minimarket saat ini secara langsung bersaing dengan pasar tradisional.

Salah satu ritel modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat di Indonesia saat ini adalah minimarket dengan konsep waralaba atau *franchise*. Tumbuh pesatnya minimarket ke wilayah pemukiman, berdampak buruk bagi pedagang pasar yang telah ada di wilayah tersebut. Keberadaan minimarket ini

mematikan para pedagang pasar. Keberadaan minimarket yang jaraknya sangat berdekatan tentu akan memunculkan persaingan dan monopoli di wilayah tersebut. Dari segi harga, minimarket sering mengadakan promosi dengan potongan harga yang menarik. Sehingga para konsumen beralih ke minimarket tersebut dengan kualitas pelayanan yang lebih baik dari pedagang pasar. Hal ini tentu saja membuat harapan pedagang pasar untuk mencari penghasilan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari dari keuntungan yang diperoleh mulai sedikit tersendat. Tetapi dibalik dampak negatif yang terjadi pada pedagang pasar dengan munculnya minimarket, minimarket sendiri menjadi dampak positif untuk mengurangi jumlah pengangguran dengan membuka banyak kesempatan kerja.

Minimarket menjamur di berbagai kota besar selama tiga dekade terakhir. Namun sejak pemberlakuan liberalisasi sektor ritel pada 1998, pengelola asing mulai memasuki Indonesia, yang mencetuskan persaingan tajam dengan pengelola minimarket lokal. Beberapa kelompok mengklaim bahwa pasar tradisional merupakan korban sesungguhnya dari persaingan tersebut karena mereka terpaksa kehilangan pelanggan akibat tawaran produk-produk bermutu dengan harga murah dan kenyamanan lingkungan berbelanja dari minimarket. Karena itu, ada desakan agar pembangunan minimarket dibatasi, khususnya pada lokasi yang berdekatan dengan pasar tradisional.

Pada era modern ini pertumbuhan toko modern seperti Indomaret dan Alfamart sangat pesat di persebaran wilayah di Indonesia. Toko-toko modern

hampir dapat ditemui di setiap wilayah-wilayah daerah tertentu dan bahkan saling berhampiran antar perusahaan yang membelakanginya.

Tabel 1.1

Pertumbuhan Gerai Indomaret dan Alfamart

| Tahun | Indomaret | Alfamart |
|--------------|------------------|-----------------|
| 2009 | 3.892 | 3.373 |
| 2010 | 4.955 | 4.812 |
| 2011 | 6.006 | 5.797 |
| 2012 | 7.245 | 6.585 |
| 2013 | 8.814 | 8.557 |
| 2014 | 10.600 | 9.757 |

Sumber: Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (diolah)

Berdasarkan Tabel di atas dapat terlihat bahwa setiap tahunnya gerai Indomaret maupun Alfamart terus bertambah jumlahnya bahkan setiap tahunnya tidak pernah berkurang jumlahnya, namun di balik data tersebut tidak semua kepemilikan dimiliki sepenuhnya oleh perusahaan, ada sekitar 50% di antaranya adalah gerai tersebut milik pewaralaba.

Perdagangan sebagai salah satu aspek kehidupan yang bersifat horizontal dengan sendirinya dapat berarti ibadah.¹ Di samping itu, usaha perdagangan dalam Islam merupakan usaha yang mendapatkan penekanan khusus. Penekanan khusus kepada sector perdagangan tersebut tercermin misalnya hadits Nabi yang menegaskan bahwa dari sepuluh pintu rezeki, sembilan di antaranya adalah

¹Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 22

perdagangan. Namun demikian, tidak semua usaha perdagangan diperbolehkan dan banyak darinya yang tidak dibenarkan oleh agama, baik karena cara-cara pelaksanaannya atau jenis barang yang diperdagangkannya. Secara eksplisit, ajaran Islam melarang orang memakan harta yang didapat secara tidak benar, atau secara tidak halal, dan salah satu cara yang dibenarkan atau dihalalkan adalah dengan perdagangan. Seperti yang telah ditegaskan Allah pada firman-Nya An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِحَرَةٍ عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ فلي وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ فلي إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu: sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”

Disini terlihat betapa ajaran Islam menempatkan kegiatan usaha perdagangan sebagai salah satu bidang penghidupan yang sangat dianjurkan, tetapi tetap dengan cara-cara yang dibenarkan oleh agama. Sebagai pedagang, menurut Gunara dan Sudibyo (2006), Rasulullah saw. berpegang pada lima konsep.² Pertama, jujur, suatu sifat yang sudah melekat pada diri beliau. Kejujuran ini diiringi dengan konsep kedua, yaitu ikhlas, dimana dengan keikhlasan seorang pemasar tidak akan tunggang langgang mengejar materi

² Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, hal. 2

belaka. Kedua konsep ini dibingkai oleh profesionalisme sebagai konsep ketiga. Seorang yang professional akan selalu bekerja maksimal. Konsep keempat adalah silaturahmi yang mendasar pola hubungan beliau dengan pelanggan, calon pelanggan, pemodal dan pesaing. Sedangkan konsep kelima adalah murah hati melakukan kegiatan perdagangan. Lima konsep ini menyatu dalam apa yang disebut *soul marketing* yang nanti akan melahirkan kepercayaan (*trust*). Kepercayaan ini merupakan suatu modal yang tidak ternilai dalam bisnis.

Karangrejo adalah salah satu nama kecamatan di kota Tulungagung. Luas wilayah Karangrejo adalah 35,54 km², Karangrejo merupakan salah satu kecamatan yang ada di sebelah utara Kabupaten Tulungagung. Dalam kurun waktu 5 tahun kecamatan Karangrejo telah dibangun 15 minimarket. Hal ini tentunya akan berdampak negative terhadap keberlangsungan para pedagang di pasar. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Reza Haditya Raharjo menunjukkan 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 kelontong.³

Dalam studi ini, responden hanya terbatas pada pedagang di pasar-pasar tradisional yang merupakan mayoritas pedagang-pedagang tradisional. Terlebih lagi, karena produk yang umumnya diperdagangkan para pedagang ini juga tersedia di minimarket, maka minimarket menjadi pesaing utama mereka. Dari

³ Reza Haditya Raharjo , *Analisis pengaruh keberadaan minimarket modern terhadap kelangsungan usaha toko kelontong di sekitarnya (studi kasus kawasan semarang barat , banyumanik, pedurungan kota semarang)*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015)

masalah banyaknya minimarket modern tersebut akan berdampak pada keberlangsungan pedagang pasar. Berdasarkan permasalahan atau latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH KEBERADAAN MINIMARKET MODERN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN PARA PEDAGANG PASAR KUCEN DI KARANGREJO TULUNGAGUNG”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Pesatnya pembangunan minimarket modern di Kecamatan Karangrejo Tulungagung
2. Dualisme bisnis yaitu antara minimarket modern dan pedagang pasar Kucen sekitar kecamatan Karangrejo Tulungagung
3. Keberlangsungan para pedagang pasar meliputi: laba, jumlah pembeli, harga jual dan etos kerja Islam para pedagang di pasar Kucen kecamatan Karangrejo Tulungagung
4. Pengaruh keberadaan minimarket modern terhadap laba, jumlah pembeli, harga jual dan etos kerja Islam para pedagang di pasar Kucen kecamatan Karangrejo Tulungagung

C. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah, perlu diterangkan dalam suatu rumusan masalah yang jelas untuk memberikan arah terhadap pembahasan selanjutnya. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh keberadaan minimarket modern terhadap laba para pedagang pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung?
2. Bagaimana pengaruh keberadaan minimarket modern terhadap jumlah pembeli pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung?
3. Bagaimana pengaruh keberadaan minimarket modern terhadap harga jual barang pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung?
4. Bagaimana pengaruh keberadaan minimarket modern terhadap etos kerja Islami para pedagang pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dampak keberadaan minimarket modern terhadap keberlangsungan pedagang di pasar Kucen Kecamatan Karangrejo. Variabel keberlangsungan pedagang pasar antara lain: laba, jumlah pembeli, harga jual dan etos kerja Islami pedagang pasar Kucen.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dan kegunaan, sebagai berikut:

1. Untuk kepentingan ilmiah, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memperbanyak pembendaraan keustakaan pada LP2M IAIN Tulungagung.
2. Untuk kepentingan terapan, diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi para pedagang pasar didalam mengetahui pengaruh pendirian minimarket terhadap keberlangsungan para pedagang di pasar.
3. Untuk kepentingan peneliti selanjutnya, digunakan untuk dilakukan pijakan penelitian secara mendalam keterkaitan dengan tema penelitian yang relevan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang variabel-variabel yang diteliti, membatasi permasalahan yang akan diteliti dan lokasi penelitian sehingga tidak menyimpang dari tujuan yang dikehendaki. Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh keberadaan minimarket modern terhadap keberlangsungan pedagang pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung
2. Penelitian dibatasi pada keberlangsungan pedagang yang meliputi antara lain: laba, jumlah pembeli, harga dan etos kerja Islami

Keterbatasan penelitian menunjukkan suatu keadaan yang tidak bisa dihindari dalam penelitian. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karena keterbatasan waktu dan dana penelitian ini hanya mengambil empat variabel dependen untuk melihat yang dipengaruhi oleh keberadaan minimarket modern
2. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 40 responden. Dimungkinkan sampel ini belum mempresentasikan kondisi populasi pedagang pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung.
3. Dalam studi ini ada beberapa temuan yang memerlukan studi lanjutan yaitu hubungan yang tidak signifikan. Sehingga hal ini masih memerlukan studi lanjutan untuk menjelaskan faktor-faktor yang menjadi penyebabnya.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel terikat atau variabel dependen (variabel Y)

Menurut Sugiyono Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴ Variabel terikat pada penelitian ini yaitu laba

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 61

pedagang, jumlah pembeli, harga jual barang dan etos kerja Islami para pedagang pasar.

- 1) Pengetian laba menurut M. Naharin (2007:788) Laba (income) adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu.
 - 2) Menurut David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta (1984), perilaku konsumen adalah proses pengembalian keputusan dari kegiatan individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh serta menggunakan barang dan jasa.⁵
 - 3) Menurut Monroe harga adalah sejumlah uang dan jasa (atau barang) yang dibeli, ditukarkan untuk mendapatkan produk-produk dan jasa-jasa yang disediakan oleh penjual.⁶
 - 4) Menurut Nurcholish Madjid, etos kerja dalam islam adalah hasil suatu kepercayaan seorang muslim, bahwa kerja mempunyai kaitan dengan tujuan hidupnya, yaitu memperoleh perkenaan Allah Swt.
- b. Variabel bebas atau variabel independen

Menurut Sugiyono Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab

⁵ Sopiah dan Etta Mamang, *Salesmanship (kepenjualan)*, hal. 246

⁶ Yogi, *Ekonomi Manajerial Pendekatan Analisis Praktis*, hal. 6

perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁷ Variabel bebas pada penelitian ini yaitu keberadaan minimarket.

Pengertian minimarket menurut Hendri ma'aruf (2005:84) adalah toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung berformat modern yang dekat dengan pemukiman penduduk sehingga dapat mengguguli toko atau warung.⁸

2. Definisi Operasional

Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel dependen (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel-variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah laba, jumlah pembeli, harga jual, dan etos kerja Islam.
- b. Variabel independen (X), yaitu variabel yang memengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah keberadaan minimarket modern.

H. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan, dalam bab ini memuat latar belakang yang memberikan penjelasan dari pembahasan yang diteliti. Identifikasi masalah menjelaskan tentang kemungkinan-kemungkinan cakupan yang dapat muncul dalam penelitian. Rumusan masalah merupakan upaya penyelesaian secara tersurat pertanyaan yang hendak dicarikan jawabanya. Tujuan penelitian

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, hal. 61

⁸ Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 84

digunakan untuk mengungkapkan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian. Kegunaan penelitian diorientasikan terutama bagi pengembangan ilmu atau pelaksanaan pembangunan. Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian digunakan untuk menjelaskan variabel apa saja yang akan dikaji dan diteliti, sedangkan keterbatasan penelitian digunakan untuk suatu keadaan yang tidak bisa dihindari dalam penelitian. Dilanjutkan dengan penegasan istilah dan sistematika pembahasan guna memudahkan pembaca melihat sudut pandang penulis.

BAB II Landasan Teori, dalam bab ini diterangkan mengenai teori-teori yang membahas pasar modern, organisasi pasar, peraturan daerah tentang pendirian pasar modern, laba, konsumen, harga jual, jarak dan etos kerja dalam Islam. Selain itu dalam bab ini juga dimuat tentang kajian penelitian terdahulu yang mungkin memiliki tema yang sama. Kemudian kerangka berfikir yang dipaparkan berdasarkan rumusan masalah. Dan hipotesis penelitian yang merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.

BAB III Metode Penelitian, pada bab ini memuat pendekatan dan jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan penelitian kuantitatif atau kualitatif ditinjau dari tingkat eksplanasinya. Penentuan sampel berisi mengenai masalah yang berkaitan dengan jumlah populasi, jumlah sampel yang diambil dan metode pengambilan sampel. Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian, pada bab ini akan ditampilkan deskripsi data yang diperoleh. Hasil penelitian mengungkapkan interpretasi untuk memaknai implikasi penelitian. Dalam bab ini juga akan dilakukan pengujian hipotesis.

BAB V Pembahasan. Pembahasan hasil penelitian merupakan bentuk yang lebih sederhana yang mudah dibaca dan mudah diinterpretasikan meliputi deskripsi objek penelitian, analisis penelitian, serta analisis data dan pembahasan.

BAB VI Penutup, merupakan bab terakhir dari skripsi yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari pembahasan. Saran yang diajukan berkaitan dengan penelitian dan merupakan anjuran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam penelitian.