

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Berdiri

Pasar Kucen merupakan jenis pasar heterogen yang menjual semua jenis produk. Nama Kucen berasal dari nama tempat tersebut. Pasar Kucen juga di sebut dengan pasar “wage”, karena pasar Kucen ramai saat “wage”. “Wage” adalah nama hari dalam se-pasar atau juga disebut dengan nama pancawara, minggu yang terdiri dari lima hari dan di pakai di budaya Jawa.

Selain disebut dengan pasar “wage”, pasar Kucen juga disebut dengan pasar kambing. Karena pada saat “wage” banyak penjual dan pembeli kambing bertemu untuk melakukan transaksi di pasar ini. Pasar ini beroperasi setiap hari. Jam buka pasar dimulai pada pukul 06.00 dan berakhir pada pukul 12.00 Namun hanya saat “Wage” saja, pasar ini ramai pengunjung.

Pasar Kucen berdiri sejak tahun 1980. Pasar ini berawal dari sekumpulan para pedagang. Tetapi karena letak yang strategis dan banyak pengunjungnya, lalu diresmikan oleh dinas perindustrian dan perdagangan Kabupaten Tulungagung yang dinamakan dengan pasar Kucen. Pasar Kucen ini masih berbentuk bangunan tradisional. Hanya bagian depan saja yang

sudah di bangun berbentuk ruko dan 1 kantor dinas perindustrian dan perdagangan. Sedangkan bagian dalam masih berbentuk dasaran tanpa pintu dan pembatas.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Terwujudnya pasar tradisional yang bersih, sehat, aman, nyaman, sejahtera dan bebas dari rentenir

b. Misi

- 1) Meningkatkan dukungan dan kualitas kelembagaan serta memantapkan pelaksanaan koordinasi atas penyelenggaraan pemerintahan daerah dalam bidang pengelolaan pasar melalui upaya optimalisasi penghimpunan dana dari pungutan retribusi pasar guna mendukung peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).
- 2) Meningkatkan pelayanan serta mengoptimalkan kegiatan pemberdayaan pedagang pasar dengan kebijakan pemberian bantuan dana bergulir di pasar, sehingga terwujud konsep-konsep pasar yang bebas dari jerat rentenir sekaligus kesejahteraan masyarakat pedagang pasar meningkat.
- 3) Mengupayakan terwujudnya basis data pasar yang simple, akurat, realis dan terpercaya dengan mengoptimalkan pelayanan secara prima

kepada semua pengguna pasar serta penyediaan sarana dan prasarana pasar menuju pasar yang bersih, sehat dan nyaman.

3. Lokasi Penelitian

Penyebaran kuesioner dilakukan di pasar Kucen Karangrejo Tulungagung terletak di Jl. Dahlia, kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung. Lokasi pasar terletak di tengah keramaian kecamatan Karangrejo. Pasar Kucen Karangrejo Tulungagung berdiri di atas tanah berukuran kurang lebih 3 ha. Letak pasar Kucen Karangrejo Tulungagung dapat di katakan strategis karena letak pasar berada di tengah-tengah kecamatan, sehingga jalur tersebut sangat ramai.

Sedangkan wawancara dilakukan di minimarket Sumber Makmur Agung jl. Dahlia kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung. Minimarket ini berjarak 300 m. dari pasar Kucen.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti atau diperoleh secara langsung dari tempat yang dijadikan objek penelitian. Cara penelitiannya menggunakan kuesioner, angket dan wawancara. Kuesioner angket dibagikan kepada 40 pedagang (responden) yang bertindak sebagai sampel. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari 5 variabel yaitu keberadaan minimarket, laba, jumlah pembeli, harga jual dan etos kerja Islam. Sedangkan wawancara dilakukan

dengan Bapak Mamba'udin selaku pemimpin minimarket Sumber makmur Agung di Karangrejo Kabupaten Tulungagung.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Reponden

Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Persentase (%)
Laki-laki	14	35%
Perempuan	26	65%
Total	40	100%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.1 didapatkan informasi bahwa mayoritas pedagang adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 26 orang atau 65%. Data tersebut menjelaskan bahwa pedagang perempuan lebih banyak dari pada pedagang laki-laki.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2
Umur Responden

Umur Responden	Banyak Responden	Presentase (%)
< 20	0	0%
20 – 30	9	22.5%
31 – 40	13	32.5%
41 – 50	11	27.5%
>50	7	17.5%
Total	40	100%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.2 didapatkan informasi bahwa mayoritas pedagang berusia 31-40 tahun atau 32.5%. Data tersebut menjelaskan bahwa yang paling banyak berdagang di pasar Kucen berusia sekitar 31-40 tahun.

3. Deskripsi Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir

Jenis Pendidikan Akhir	Banyak Responden	Presentase (%)
SD	7	17.5%
SMP	13	32.5%
SMA/SMK	15	37.5%
Diploma	3	7.5%
S1	2	5%
S2/3	0	0%
Total	40	100%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.3 didapatkan informasi bahwa diantara pendidikan SD, SMP, SMA/SMK, Diploma, S1 dan S2/3 mayoritas pendidikan terakhir pedagang adalah SMA/SMK yang berjumlah 15 orang atau 37.5%.

4. Deskripsi Rata-rata Pendapatan Sebelum adanya Minimarket

Tabel 4.4
Rata-rata Pendapatan Sebelum adanya Minimarket

Rata-rata Pendapatan Setelah adanya Minimarket	Banyak Responden	Presentase (%)
< Rp 50.000	0	0%
Rp 50.000 – Rp 100.000	3	7.5%
Rp 100.000 – Rp 200.000	14	35%

>Rp 200.000	23	57.5%
Total	40	100%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.4 didapatkan informasi bahwa rata-rata pendapatan sebelum adanya minimarket adalah >Rp 200.000 sejumlah 23 orang atau 57.5%.Data tersebut menjelaskan bahwa kebanyakan pendapatan pedagang sebelum adanya minimarket adalah lebih dari Rp. 200.000.

5. Deskripsi rata-rata pendapatan setelah adanya minimarket

Tabel 4.5

Rata-rata Pendapatan Setelah adanya Minimarket

Rata-rata Pendapatan Setelah adanya Minimarket	Banyak Responden	Presentase (%)
< Rp 50.000	0	0%
Rp 50.000 – Rp 100.000	7	17.5%
Rp 100.000 – Rp 200.000	18	45%
>Rp 200.000	15	37.5%
Total	40	100%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.5 didapatkan informasi bahwa rata-rata pendapatan setelah adanya minimarket adalah >Rp Rp 100.000 – Rp 200.000 sejumlah 18 orang atau 45%.Data tersebut menjelaskan bahwa kebanyakan pendapatan pedagang setelah adanya minimarket adalah lebih dari Rp 100.000 – Rp 200.000.

6. Deskripsi Masa Responden Menjadi Pedagang

Tabel 4.6
Masa Responden Menjadi Pedagang

Jenis Pendidikan Akhir	Banyak Responden	Presentase (%)
< 3 tahun	5	12.5%
3-4 tahun	13	32.5%
4-5 tahun	15	37.5%
>5 tahun	7	17.5%
Total	40	100%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

C. Deskripsi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari keberadaan minimarket sebagai variabel bebas dan laba, jumlah pembeli, harga jual barang dan etos kerja Islam sebagai variabel terikat. Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebarakan.

1. Deskripsi data laba (Y1)

Tabel 4.7
Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{1.1})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	ST
Pedagang menerapkan perhitungan laba total	15	20	4	1	-
Persentase	37.5%	50%	10%	2.5%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.7 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 15 (37.5%), Setuju sebanyak 20 (50%), Netral sebanyak 4 (10%),

Tidak Setuju sebanyak 1 (2.5%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwamenerapkan perhitungan laba total.

Tabel 4.8
Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{1.2})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Pedagang menerapkan perhitungan laba rata-rata atau Laba per unit barang dan jasa	11	22	7	-	-
Persentase	27.5%	55%	17.5%	0%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.8diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 11 (27.5%), Setuju sebanyak 22 (55%), Netral sebanyak 7 (17.5%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwamenerapkan perhitungan laba rata-rata atau Laba per unit barang dan jasa.

Tabel 4.9
Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{1.3})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	ST
Pedagang menerapkan perhitungan laba tambahan atau laba marjinal	15	19	5	1	-
Persentase	37.5%	47.5%	12.5%	2.5%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.9 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 15 (37.5%), Setuju sebanyak 19 (47.5%), Netral sebanyak

5(12.5%), Tidak Setuju sebanyak 1 (2.5%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwamenerapkan perhitungan laba tambahan atau laba marjinal.

2. Deskripsi data jumlah pembeli (Y2)

Tabel 4.10
Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{2.1})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	ST
Pedagang menyakini bahwa pembeli membeli produk berdasarkan tentang jenis produk	12	16	10	2	-
Persentase	30%	40%	25%	5%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.10 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 12 (30%), Setuju sebanyak 16 (40%), Netral sebanyak 10 (25%), Tidak Setuju sebanyak 2 (5%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwapembeli membeli produk berdasarkan tentang jenis produk.

Tabel 4.11
Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{2.2})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	ST
Pedagang menyakini bahwa pembeli membeli produk berdasarkan tentang bentuk produk	7	19	10	4	-
Persentase	17.5%	47.5%	25%	10%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.11 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 7 (17.5%), Setuju sebanyak 19 (47.5%), Netral sebanyak 10 (25%), Tidak Setuju sebanyak 4 (10%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwapembeli membeli produk berdasarkan tentang bentuk produk.

Tabel 4.12
Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{2,3})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	ST
Pedagang menyakini bahwa pembeli membeli produk berdasarkan tentang merk	15	14	10	1	-
Persentase	37.5%	45%	25%	2.5%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.12 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 15 (37.5%), Setuju sebanyak 14 (45%), Netral sebanyak 10 (25%), Tidak Setuju sebanyak 1 (2.5%). Artinya pedagang cenderung Sangat Setuju bahwapembeli membeli produk berdasarkan tentang merk.

3. Deskripsi data harga jual (Y₃)

Tabel 4.13
Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{3,1})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	ST
Pedagang mengakui bahwa penetapan harga berdasarkan biaya	8	23	7	2	-
Persentase	20%	57.5%	17.5%	5%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.13 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 8 (20%), Setuju sebanyak 23 (57.5%), Netral sebanyak 7 (17.5%), Tidak Setuju sebanyak 2 (5%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwa penetapan harga berdasarkan biaya.

Tabel 4.14
Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{3.2})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	ST
Pedagang mengakui bahwa penetapan harga berdasarkan persepsi calon konsumen terhadap nilai barang	12	15	10	3	-
Persentase	30%	37.5%	25%	7.5%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.14 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 12 (30%), Setuju sebanyak 15 (37.5%), Netral sebanyak 10 (25%), Tidak Setuju sebanyak 3 (7.5%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwa penetapan harga berdasarkan persepsi calon konsumen terhadap nilai barang.

Tabel 4.15
Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{3.3})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	ST
Pedagang mengakui bahwa penetapan harga berdasarkan persaingan	11	19	8	2	-

Persentase	27.5%	47.5%	20%	5%	0%
------------	-------	-------	-----	----	----

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.15 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 11 (27.5%), Setuju sebanyak 19 (47.5%), Netral sebanyak 8 (20%), Tidak Setuju sebanyak 2 (5%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwa penetapan harga berdasarkan persaingan.

4. Deskripsi data etos kerja Islam

Tabel 4.16
Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{4.1})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	ST
Pedagang menyakini dengan bekerja secara ikhlas, Allah akan membukakan jalan kesuksesan dalam berusaha	10	15	11	4	-
Persentase	25%	37.5%	27.5%	10%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.16 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 10 (25%), Setuju sebanyak 15 (37.5%), Netral sebanyak 11 (27.5%), Tidak Setuju sebanyak 4 (10%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwa bekerja secara ikhlas, Allah akan membukakan jalan kesuksesan dalam berusaha.

Tabel 4.17
Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{4.2})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Pedagang menyakini bahwa kerja keras merupakan kunci keberhasilan usaha	12	13	10	5	-
Persentase	30%	32.5%	25%	12.5%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.17 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 12 (30%), Setuju sebanyak 13 (32.5%), Netral sebanyak 10 (25%), Tidak Setuju sebanyak 5 (12.5%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwa kerja keras merupakan kunci keberhasilan usaha.

Tabel 4.18
Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{4.3})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	ST
Pedagang menyakini bahwa dengan cita-cita yang tinggi mendorong saya untuk bersemangat dalam bekerja	11	17	9	3	-
Persentase	27.5%	42.5%	22.5%	7.5%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.17 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 11 (27.5%), Setuju sebanyak 17 (42.5%), Netral sebanyak 9 (22.5%), Tidak Setuju sebanyak 3 (7.5%). Artinya pedagang cenderung Setujubahwa dengan cita-cita yang tinggi mendorong saya untuk bersemangat dalam bekerja.

5. Deskripsi data keberadaan minimarket(X1)

Tabel 4.19
Hasil Kuesioner Pernyataan (X_{1.1})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	ST
Saya menyakini bahwa harga yang ditetapkan oleh minimarket adalah harga yang kompetitif	12	14	11	3	-
Persentase	30%	35%	27.5%	7.5%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.18 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 12 (30%), Setuju sebanyak 14 (35%), Netral sebanyak 11 (27.5%), Tidak Setuju sebanyak 3 (7.5%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwa harga yang ditetapkan oleh minimarket adalah harga yang kompetitif.

Tabel 4.20
Hasil Kuesioner Pernyataan (X_{1.2})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Saya menyakini bahwa keberadaan minimarket selalu meningkatkan laba	10	14	12	4	-
Persentase	25%	35%	30%	10%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.19 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 10 (25%), Setuju sebanyak 14 (35%), Netral sebanyak

12(30%), Tidak Setuju sebanyak 4 (10%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwa keberadaan minimarket selalu meningkatkan laba.

Tabel 4.21
Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{1,3}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Saya menyakini bahwa keberadaan minimarket dapat meningkatkan jumlah konsumen	11	12	14	3	-
Persentase	27.5%	30%	35%	7.5%	0%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari tabel 4.20 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 11 (27.5%), Setuju sebanyak 12 (30%), Netral sebanyak 14 (35%), Tidak Setuju sebanyak 3 (7.5%). Artinya pedagang cenderung Setuju bahwa keberadaan minimarket dapat meningkatkan jumlah konsumen.

D. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrument (pernyataan) benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsisten internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu factor. Dalam penelitian ini criteria dari validitas yaitu koefisien korelasi masing-masing pernyataan sama atau lebih besar dari 0,3 maka butir instrument tersebut dinyatakan valid. Berikut hasil dari pengujian

validitas pada kuesioner yang disebarakan pada Pasar Kucen di Karangrejo sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Uji Validitas Data Pasar Kucen di Karangrejo

Variable	No.Item	Corected Item Total Correlation	Keterangan
Laba (Y1)	Y1.1	0.317	Valid
	Y1.2	0.335	Valid
	Y1.3	0.315	Valid
Variable	No.Item	Corected Item Total Correlation	Keterangan
Jumlah Pembeli (Y2)	Y2.1	0.706	Valid
	Y2.2	0.487	Valid
	Y2.3	0.587	Valid
Variable	No.Item	Corected Item Total Correlation	Keterangan
Harga Jual (Y3)	Y3.1	0.376	Valid
	Y3.2	0.651	Valid
	Y3.3	0.514	Valid
Variable	No.Item	Corected Item Total Correlation	Keterangan
Etos Kerja Islam (Y4)	Y4.1	0.723	Valid
	Y4.2	0.666	Valid
	Y4.3	0.522	Valid
Variable	No.Item	Corected Item Total Correlation	Keterangan
Keberadaan Minimarket (X)	X.1	0.388	Valid
	X.2	0.531	Valid
	X.3	0.536	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0,2017

Berdasarkan tabel di atas, seluruh item adalah valid karena nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar disbanding 0,3. Dalam

penelitian ini berarti semua item dalam instrument memenuhi persyaratan validitas serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantaaan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- (1) Nilai Alpha Cronbach 0,00 – 0,20 berarti kurang reliable
- (2) Nilai Alpha Cronbach 0,21 – 0,40 berarti agak reliable
- (3) Nilai Alpha Cronbach 0,41 – 0,60 berarti cukup reliable
- (4) Nilai Alpha Cronbach 0,61 – 0,80 berarti reliable
- (5) Nilai Alpha Cronbach 0,81 – 1,00 berarti sangat reliable

Tabel 4. 23

Hasil Uji Reliabilitas Data Pasar Kucen di Karangrejo

Variable	Cronbach's Alpha	Keterangan
Laba (Y1)	0.506	Cukup reliable
Jumlah Pembeli (Y2)	0.759	Reliable
Harga Jual (Y3)	0.690	Reliable
Etos Kerja Islam (Y4)	0.731	Reliable
Keberadaan Minimarket (X)	0.670	Reliable

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0,2017

Berdasarkan uji reliable di atas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.506 untuk variable laba (Y1), nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,759 untuk variable jumlah pembeli (Y2), nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.690 untuk variable harga jual (Y3), nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.731 untuk variable etos kerja islam (Y4), *Cronbach's Alpha* sebesar 0,670 untuk variable keberadaan minimarket (X) adalah reliable. Reliabilitas suatu variable dikatakan baik jika memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,61 maka seluruh item dikatakan reliable.

2. Uji normalitas multivariat

Uji normalitas multivariate menggunakan pendekatan melalui *multivariate skewness* dan *kurtosis*. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model multivariat, variable residu memiliki distribusi normal atau tidak. Data berdistribusi normal, jika nilai *P-value* > 0,05. Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai *P-value* < 0,05. Hipotesis:

H_0 : Data berdistribusi normal multivariat

H_1 : Data tidak berdistribusi normal multivariat

Berikut adalah hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan *multivariate skewness* dan *kurtosis*.

Tabel 4.24

Hasil Uji Normalitas Multivariat Data Pasar Kucen di Karangrejo

Multivariate skewness	
Data Display	
b1	6.85289
z1	50.3402
pvalue	0.0649780
Multivariate kurtosis	
Data Display	
b2	38.9142
z2	1.47943
pvalue	0.139025

Sumber : Hasil Pengolahan Data Minitab 16.0,2018

Dari hasil pengujian normalitas multivariat di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- (1) Nilai multivariate *skewness* (*p.value*) = 0.064 > 0.05 (taraf signifikan)

Dengan taraf nyata 5%, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal multivariate.

- (2) Nilai multivariate *kurtosis* (*p.value*) 0.139 > 0.05 (taraf signifikan)

Dengan taraf nyata 5%, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal multivariate.

3. Uji Manova

Uji manova digunakan untuk mengetahui pengaruh keberadaan minimarket terhadap keberlangsungan para pedagang pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung. Uji ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS 16.0, yaitu uji *Multivariate*.

a. Uji Homogenitas

Uji homogenitas varian dapat dilihat dari hasil uji *levene's*, hasil analisis pada tabel berikut ini:

Tabel 4.25

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

	F	df1	df2	Sig.
Y1	1.600	8	31	0.165
Y2	1.359	8	31	0.253
Y3	2.403	8	31	0.038
Y4	4.151	8	31	0.002

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + X

Manova mengansumsikan bahwa setiap variable dependen memiliki variance yang sama untuk semua grup. Levene's test menguji asumsi ini.

$$1) \alpha = 0.05$$

- 2) Daerah kritis: H_0 ditolak jika $P\text{-value (Sig.)} < 0.05$
- 3) Statistik Uji P value (Sig. Y1) = 0.165, (Sig. Y2) = 0.253, (Sig. Y3) = 0.038 dan (Sig. Y4) = 0.002.
- (a) Nilai dari Sig.= Y1(0.165) > 0.05 = taraf signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa H_0 tidak ditolak/diterima, yaitu kedua variabel memiliki variansi sama (homogeny).
- (b) Nilai dari Sig. = Y2 (0.253) > 0.05 = taraf signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa H_0 tidak ditolak/diterima, yaitu kedua variabel memiliki variansi sama (homogeny).
- (c) Nilai dari Sig. = Y3(0.038) < 0.05 = taraf signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa H_0 ditolak yaitu kedua variabel memiliki varian tidak homogen.
- (d) Nilai dari Sig. = Y4 (0.003) < 0.05 = taraf signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa H_0 ditolak yaitu kedua variabel memiliki varian tidak homogen.

Dalam tabel di atas ditunjukkan pula bahwa nilai Sig. variabel Y3(0.038) dan Y4(0.003) lebih kecil dari 0.05, sehingga variansi data dikatakan tidak homogen. Pada situasi adanya kontradiksi seperti ini, keputusan bisa diambil secara fleksibel (Santoso, 2012).

Nilai Sig. dari variabel Y3 dan Y4 diabaikan karena nilai Sig. dari kedua variabel memenuhi persyaratan. Dengan kata lain

keseluruhan data dapat tetap dikatakan homogen dan uji MANOVA bisa dilanjutkan.

b. Uji Homogenitas Matriks Varian / kovarian

Uji homogenitas matriks varian / kovarian dapat dilihat pada tabel *box's test of equality of covariance matrices* berikut ini:

Tabel 4.26

Box's Test of Equality of Covariance Matrices^a

Box's M	9.379
F	0.658
df1	10
df2	1.034E3
Sig.	0.764

Tests the null hypothesis that the observed covariance matrices of the dependent variables are equal across groups.

a. Design: Intercept + X

1) Hipotesis:

H_0 :Matriks varian / kovarian dari variabel dependen sama

H_1 :Varian / kovarian dari variabel dependen tidak sama

2) α :0.05

3) Daerah kritis : H_0 ditolak jika *p value (Sig.)* < 0.05

4) Statistik Uji *p value (Sig.)* = 0.764

Uji Box test digunakan untuk menguji asumsi MANOVA yang mensyaratkan bahwa matrik variance/covariance dari variable dependen adalah sama (tidak berbeda). Terlihat bahwa nilai *Box's M* test adalah 9.379 dengan tingkat signifikansi = $0.764 > 0.05$ = taraf signifikan sehingga hipotesis H_0 yang menyatakan Matriks varian / kovarian dari variabel dependen sama diterima.

c. Uji Manova

Tabel 4.27
Multivariate Tests^c

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
X	Pillai's Trace	1.614	2.622	32.000	124.000	.000
	Wilks' Lambda	.064	3.628	32.000	104.854	.000
	Hotelling's Trace	6.168	5.108	32.000	106.000	.000
	Roy's Largest Root	4.939	19.140 ^b	8.000	31.000	.000

a. Exact statistic

b. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

c. Design: Intercept + X

Uji multivariate digunakan untuk menguji apakah setiap variable (keberadaan minimarket [X]) mempengaruhi grup variable dependen. SPSS memberikan 4 macam test signifikansi multivariate yaitu *Pillai Trace*, *Wilk Lambda*, *Hotelling Trace* da *Roy's. hotteling's Trace* digunakan untuk dua

kelompok variable dependen, *Wilks' Lambda* digunakan jika terdapat lebih dari dua grup variable dependen.

Analisis MANOVA dilakukan dengan membuat Hipotesis:

H_0 : Tidak adanya pengaruh pendirian minimarket terhadap keberlangsungan pedagang pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung

H_1 : Adanya pengaruh pendirian minimarket terhadap keberlangsungan pedagang pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung.

Apabila angka Sig. > 0.05, maka H_0 diterima dan jika angka Sig. < 0.05, maka H_0 ditolak. Hasil uji multivariate menunjukkan nilai F test untuk *Wilks' Lambda* sebesar 3.628 dan signifikan pada 0.000. Hal ini berarti sig. = 0.000 < 0.05 = taraf signifikan yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara keberadaan minimarket (X) dengan empat variable dependen yaitu laba (Y1), konsumen (Y2), harga jual barang (Y3), dan etos kerja Islam (Y4).

Tabel 4.28

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
X	Y1	26.928	8	3.366	1.868	.102
	Y2	31.103	8	3.888	.812	.597
	Y3	62.225	8	7.778	2.616	.026
	Y4	161.944	8	20.243	16.490	.000

a. R Squared = .325 (Adjusted R Squared = .151)

b. R Squared = .173 (Adjusted R Squared = -.040)

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
X	Y1	26.928	8	3.366	1.868	.102
	Y2	31.103	8	3.888	.812	.597
	Y3	62.225	8	7.778	2.616	.026
	Y4	161.944	8	20.243	16.490	.000

a. R Squared = .325 (Adjusted R Squared = .151)

b. R Squared = .173 (Adjusted R Squared = -.040)

c. R Squared = .403 (Adjusted R Squared = .249)

d. R Squared = .810 (Adjusted R Squared = .761)

Tabel *Tests of Between-Subjects Effects* menampilkan adanya hubungan antara minimarket dengan laba (0.102), jumlah pembeli (0.597), harga jual (0.026) dan etos kerja Islam (0.000).

- 1) Variable laba sig. = (0.102) > 0.05 = taraf signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh pendirian minimarket terhadap laba pedagang pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung.
- 2) Variabel jumlah pembeli sig. = (0.597) > 0.05 = taraf signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh pendirian minimarket terhadap jumlah pembeli pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung.
- 3) Variabel harga jual sig. = (0.026) < 0.05 = taraf signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya pengaruh pendirian minimarket terhadap harga jual pedagang pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung..
- 4) Variable etos kerja Islam sig. = (0.000) < 0.05 = taraf signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya pengaruh pendirian minimarket

terhadap etos kerja Islam pedagang pasar Kucen di Karangrejo Tulungagung.

E. Paparan Data Wawancara

Seiring berkembangnya zaman kini minimarket modern menjadi tempat belanja favorit masyarakat yang ingin belanja ringan dengan pelayanan yang memuaskan tetapi tidak perlu pergi jauh, seperti ke supermarket. Minimarket menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli dapat mengambil, memilih, dan membandingkan harga secara langsung dari barang yang dibutuhkannya. Pembeli dapat dengan mudah menemukannya karena barang dagangan tersusun secara rapi dan apik dalam rak-rak minimarket serta rak gantung yang modern.

Minimarket Sumber Makmur Agung mampu bersaing dengan minimarket waralaba lainnya. Selain itu minimarket Sumber Makmur Agung juga menunjukkan perkembangan yang pesat dengan respon dari masyarakat yang baik. Seperti yang diungkapkan oleh pemimpin minimarket Sumber Makmur Agung bapak Mamba'udin.

“Minimarket Sumber Makmur Agung telah berdiri 3 tahun yang lalu tepatnya pada bulan Agustus tahun 2014. Dulu awal dibukanya minimarket, masih sedikit peminatnya mungkin karena mereka (masyarakat) berfikir bahwa harga di minimarket ini sama dengan swalayan yang ada di kota-kota. Namun, seiring berjalanya waktu kini masyarakat mulai banyak yang belanja di minimarket”

Sistem pelayanan yang diberlakukan di minimarket adalah *self-service*, dimana pengunjung diberikan kebebasan dalam memilih barang yang diinginkan,

lalu membawanya ke kasir untuk dibayar. Jumlah konsumen dari masing-masing minimarket sangat bervariasi, namun mayoritas memiliki pengunjung sejumlah 500 orang tiap harinya. Masyarakat dapat berbelanja dari siang sampai malam dengan pelayanan yang memuaskan. Banyak orang yang berbelanja di malam hari karena pada malam hari mereka (para pembeli) mempunyai banyak waktu luang. Jumlah pembeli setiap harinya berkisar 500 pembeli. Namun pada awal bulan jumlah pembeli mampu mencapai 700 pembeli karena banyak masyarakat yang mendapatkan gaji di awal bulan..

Minimarket Sumber Makmur Agung mempunyai letak yang strategis yang berada di tengah pusat kecamatan Karangrejo. Konsumen pengunjung minimarket mayoritas memiliki pengunjung yang berasal dari lokasi kelurahan yang sama seperti yang diungkapkan oleh bapak Mamba'udin.

“Minimarket ini beroperasi dari jam 09:00 pagi sampai jam 21:30 malam. Alhamdulillah, saat ini jumlah pengunjung setiap harinya kurang lebih 500 orang. Dan pembeli yang paling banyak adalah ketika malam hari. Karena pada malam hari mereka (para pembeli) banyak waktu luang”

Minimarket Sumber Makmur Agung beroperasi selama 13 jam dalam sehari. Hal ini dapat menarik SDM untuk bekerja di minimarket Sumber Makmur Agung sehingga dapat membantu pemerintah untuk mengurangi pengangguran. Saat ini jumlah karyawan yang bekerja di minimarket Sumber Makmur Agung sekitar 14 orang. Pada shift pagi dikerjakan 1 kasir dan 5 pembantu umum dan pada shift malam dikerjakan 2 kasir dan 6 pembantu umum. Pada siang hari jam 13.00 sampai jam 16:30 dikerjakan 3 kasir dan 11 pembantu umum, karena pada

jam itu mereka mengisi ulang stock barang yang ada di minimarket. Seperti yang dijelaskan oleh bapak Mamba'udin.

“Alhamdulillah saat ini jumlah karyawannya adalah 14 karyawan. Terdiri dari 3 kasir dan 11 pembantu umum. Mereka bekerja secara shif. Shif pagi dimulai pada jam 09:00 sampai jam 16:30. Sedangkan shif malam dimulai pada jam 13:00 sampai jam 21:30. Tidak ada criteria khusus untuk bekerja disini. Perekrutan karyawan dilakukan ketika ada karyawan lama yang ingin keluar.”

Banyak masyarakat yang membeli kebutuhan mereka di minimarket ini. Selain harganya yang murah, di minimarket ini juga menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat *end-user*, dimana masyarakat pembeli merupakan pengguna akhir yang menggunakan secara pribadi barang yang dibelinya, bukan untuk dijual kembali. Adapun jenis barang yang dijual adalah sembako (dalam jumlah eceran besar), alat mandi, makanan ringan (*snack*), alat rumah tangga, air minuman dalam gallon (isi ulang), rokok, obat-obatan, buah, dan media cetak.

Minimarket dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang mendukung kenyamanan berbelanja, misalnya saja adanya pendingin ruangan, lemari pendingin, kebersihan toko yang selalu terjaga, adanya pengelompokan barang berdasarkan jenisnya, dan juga keramahan pelayan. Sistem penyediaan barang pada minimarket seutuhnya bergantung pada kiriman dari supplier yang telah disediakan oleh pihak *franchisor*. Tetapi kemudahan yang disediakan minimarket ini memberikan peluang pencuri untuk mengambil barang tanpa membayar. Seperti yang dijelaskan oleh bapak Mamba'udin.

“Minimarket ini menjual kebutuhan sehari-hari seperti: makanan, minuman, beras, minyak, kosmetik, parfum, sampo, sabun dll. Setiap usaha pasti terdapat kendala, kendala yang dihadapi dalam usaha salah satunya adalah banyaknya barang yang hilang. Khususnya pada cosmetic dan susu. Untuk mengatasi hal tersebut, kami memindahkan tempat cosmetic dan susu di sekitar tempat kasir”.

“Selain masalah barang yang hilang, ada juga kendala mengenai harga. Terkadang barang yang baru masih memakai harga yang lama sedangkan harganya sudah naik tetapi harga yang tercantum belum diganti. Pembeli sering protes karena hal itu, tetapi tetap kita hadapi dengan sabar. Karena pelayanan kami adalah yang utama. Dalam menetapkan harga didasarkan pada harga persaingan yaitu dengan mempertimbangkan harga pesaing”.

Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan yang efektif. Terdapat strategi dasar bersaing yaitu strategi dalam penyediaan produk, seperti yang telah dijelaskan oleh bapak Mamba'udin.

“Minimarket ini memakai lima strategi dasar bersaing antara lain: pertama strategi dalam penyediaan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara luas dengan harga serendah mungkin, kedua strategi dalam penyediaan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara luas dengan cara dan spesifikasi produk yang ditampilkan beda dibandingkan pesaing. Ketiga strategi dalam penyediaan produk yang nilainya lebih besar daripada uang yang dikeluarkan konsumen. Keempat strategi yang mengfokuskan pada penyediaan produk untuk memenuhi pasar yang sempit dengan harga yang lebih rendah daripada pesaing. Kelima strategi untuk melayani pasar yang sempit dan spesifik dengan cara yang benar-benar beda”.

Minimarket Sumber Makmur Agung menggunakan lima strategi untuk bersaing, antara lain:

- a. Strategi dalam penyediaan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara luas dengan harga serendah mungkin

- b. Strategi dalam penyediaan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara luas dengan cara dan spesifikasi produk yang ditampilkan beda dibandingkan pesaing
- c. Strategi dalam penyediaan produk yang nilainya lebih besar daripada uang yang dikeluarkan konsumen
- d. Strategi yang memfokuskan pada penyediaan produk untuk memenuhi pasar yang sempit dengan harga yang lebih rendah daripada pesaing
- e. Strategi untuk melayani pasar yang sempit dan spesifik dengan cara yang benar-benar beda.

Penerapan strategi secara tepat akan berdampak pada kemampuan pengusaha untuk bersaing dengan pesaing lain serta dapat meningkatkan kemampuan dalam menghadapi persaingan dengan cara mengembangkan inovasi produknya. Dengan terus menjaga dan mengembangkan sumber keunggulan bersaingnya maka kelangsungan usaha tersebut akan tetap terjaga.