

**ANALISIS KELAYAKAN USAHA PADA PEDAGANG KECIL
(WARUNG) DENGAN KEBERADAAN MINIMARKET
DI RANTAU PRAPAT**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

RADA YUNITA PULUNGAN

NIM. 19 402 00028

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**ANALISIS KELAYAKAN USAHA PADA PEDAGANG KECIL
(WARUNG) DENGAN KEBERADAAN MINIMARKET
DI RANTAU PRAPAT**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

RADA YUNITA PULUNGAN

NIM. 19 402 00028

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

2024

**ANALISIS KELAYAKAN USAHA PADA PEDAGANG KECIL
(WARUNG) DENGAN KEBERADAAN MINIMARKET
DI RANTAU PRAPAT**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

RADA YUNITA PULUNGAN
NIM. 19 402 00028

PEMBIMBING I

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dra Replita'.

Dra Replita, M. Si
NIP. 19640526199550320011

PEMBIMBING II

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rini Hayati Lubis'.

Rini Hayati Lubis, M.P.
NIP. 19870411320119032011

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

Hal :Skripsi
a.n. **Rada Yunita Pulungan**

Padangsidimpuan, 24 Januari 2024

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidimpuan
di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Rada Yunita Pulungan** berjudul "**Analisis Kelayakan Usaha pada Pedagang Kecil (warung) dengan Keberadaan Minimarket di Rantauprapat**" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I



Dra Replita, M. Si
NIP. 19640526199550320011

PEMBIMBING II



Rini Hayati Lubis, M.P.
NIP. 19870411320119032011

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rada Yunita Pulungan
NIM : 19 402 00028
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Kelayakan Usaha pada Pedagang Kecil (warung) dengan Keberadaan Minimarket di Rantauprapat**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 26 Januari 2024

Saya yang Menyatakan,



Rada Yunita Pulungan
NIM. 19 402 00028

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Rada Yunita Pulungan**
NIM : 19 402 00028
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Analisis Kelayakan Usaha pada Pedagang Kecil (warung) dengan Keberadaan Minimarket di Rantauprapat”** Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 26 Januari 2024



Rada Yunita Pulungan
NIM. 19 402 00028



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Rada Yunita Pulungan
NIM : 19 402 00028
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Kelayakan Usaha pada Pedagang Kecil (Warung)
dengan Keberadaan Minimarket di Rantauprapat

Ketua

Dra. Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Sekretaris

Ja'far Nasution, M.Si
NIDN. 2004088205

Anggota

Dra. Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Ja'far Nasution, M.Si
NIDN. 2004088205

Dr. Utari Evy Cahyani, MM
NIDN. 0621058703

Rizal Ma'ruf Amly Siregar, MM
NIDN. 2006118105

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Jumat/26 Januari 2024
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/78,75 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,40
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : Analisis Kelayakan Usaha pada Pedagang Kecil
(Warung) dengan Keberadaan Minimarket di
Rantauprapat**


NAMA : Rada Yunita Pulungan

NIM : 19 402 00028

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah



Padangsidimpuan, 28 Februari 2024
Dekan,


Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : RADA YUNITA PULUNGAN
NIM : 1940200028
Judul Skripsi : Analisis Kelayakan Usaha pada Pedagang Kecil (Warung) dengan Keberadaan Minimarket di Rantauprapat

Seiring perkembangan zaman dan pertumbuhan ekonomi yang saat ini telah membawa dampak yang begitu hebat terhadap perkembangan di berbagai bidang usaha masyarakat. Di Rantauprapat warung tradisional semakin lama semakin mengalami kemunduran dikarenakan berdirinya minimarket. Keberadaan minimarket ini mematikan warung-warung kecil yang berada disekitarnya. Banyak pemilik warung kehilangan pelanggan yang dapat mengurangi omset penjualan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan usaha pada warung dengan keberadaan minimarket di rantauprapat serta dampak dari keberadaan minimarket terhadap omset penjualan warung di rantauprapat. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang dilakukan dengan penelitian lapangan. Penelitian kualitatif deskriptif, yaitu Penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian dijelaskan dalam kata-kata dan bentuk bahasa dalam konteks khusus yang alamiah dengan menggunakan berbagai metode ilmiah. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan yang sifatnya umum dan kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelayakan dari usaha pedagang kecil dilihat melalui *Revenue Cost R/C Ratio* merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya. Dalam penelitian ini kelayakan usaha menurut perhitungan R/C dari lima warung yang diteliti di rantauprapat hanya satu warung yang layak diusahakan karena tidak mengalami kerugian omset penjualan dan mendapat keuntungan yang sama, sedangkan empat warung diantaranya tidak layak diusahakan karena mengalami penurunan omset jual yang mengakibatkan warung mengalami kerugian. Maka usaha pedagang kecil (warung) di Rantauprapat diketahui tidak layak untuk diusahakan, karena dampak berdirinya minimarket terhadap omset penjualan warung ialah berdampak negatif yaitu turunnya jumlah konsumen yang datang ke warung sehingga berdampak pada pendapatan yang diterima, setelah adanya minimarket tren berbelanja warga rantauprapat saat ini adalah belanja di minimarket, hal ini didasarkan karena minimarket mempunyai fasilitas yang baik serta produk yang lengkap sehingga warga tidak perlu mencari di toko-toko lain. Kemudian antusiasme warga dengan dibukanya mini market pertama kali sangatlah tinggi, hingga adanya antrian panjang saat pembayaran di kasir.

Kata kunci: Kelayakan Usaha, Pedagang Kecil, Keberadaan Minimarket

ABSTRACT

Name : RADA YUNITA PULUNGAN
Reg. Number : 1940200028
Thesis Title : Business feasibility analysis on small traders (stalls) with Existence of minimarkets in rantauprapat

Along with the Times and economic growth that has now brought such a great impact on developments in various fields of community business. In Rantauprapat traditional stalls are increasingly experiencing decline due to the establishment of minimarkets. The existence of this minimarket turns off the small stalls that are around it. Many stall owners lose customers which can reduce sales turnover. The purpose of this study was to determine the feasibility of business in stalls with the presence of minimarkets in rantauprapat as well as the impact of the existence of minimarkets on sales turnover of stalls in rantauprapat. In this study using descriptive qualitative research methods conducted with Field Research. Descriptive qualitative research, that is, research that aims to understand what phenomena experienced by research subjects are described in words and forms of language in a special, natural context using various scientific methods. Qualitative research aims to obtain the general nature and social reality from the perspective of participants. The results showed that the feasibility of small business traders seen through the Revenue Cost R / C Ratio is a comparison between the total receipts with total costs. In this study the feasibility of business according to the calculation of R / C of the five stalls studied in rantauprapat only one stall that is worth trying because it does not suffer losses in sales turnover and get the same profit, while four stalls among them are not worth trying because they have decreased sales turnover resulting in a loss of stalls. Then the business of small traders (stalls) in Rantauprapat is known not feasible to be cultivated, because the impact of the establishment of minimarkets on the sales turnover of stalls is a negative impact that is the decline in the number of consumers who come to the stalls so that the impact on income received, after the minimarket shopping trend of rantauprapat residents today is shopping in minimarkets, this is based because minimarkets have good facilities and complete products so that residents do not need to look in other stores. Then the enthusiasm of the residents with the opening of the mini market for the first time was very high, until there were long queues at the checkout.

Keywords: Business Feasibility, Small Trader, Minimarket Existence

خلاصة

الاسم : رادا يونيتا بولونجان
رقم التسجيل : ١٩٤٠٢٠٠٠٢٨
العنوان : تحليل جدوى الأعمال على صغار التجار (الأكشاك) مع وجود أسواق صغيرة في رانتاوبرابات

جنباً إلى جنب مع العصر والنمو الاقتصادي الذي جلب الآن مثل هذا التأثير الكبير على التطورات في مختلف مجالات الأعمال المجتمعية. في رانتاوبرابات تشهد الأكشاك التقليدية انخفاضا متزايدا بسبب إنشاء الأسواق الصغيرة. يؤدي وجود هذا السوق الصغير إلى إيقاف الأكشاك الصغيرة الموجودة حوله. يفقد العديد من مالكي الأكشاك العملاء مما يقلل من معدل دوران المبيعات. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد جدوى الأعمال في الأكشاك مع وجود الأسواق الصغيرة في رانتاوبرابات وكذلك تأثير وجود الأسواق الصغيرة على دوران مبيعات الأكشاك في رانتاوبرابات. في هذه الدراسة باستخدام طرق البحث النوعي الوصفي التي أجريت مع البحث الميداني. البحث النوعي الوصفي ، أي البحث الذي يهدف إلى فهم الظواهر التي يمر بها الأشخاص الباحثون والتي يتم وصفها بالكلمات وأشكال اللغة في سياق طبيعي خاص باستخدام طرق علمية مختلفة. يهدف البحث النوعي إلى الحصول على الطبيعة العامة والواقع الاجتماعي من منظور المشاركين. أظهرت النتائج أن جدوى متداولي الأعمال الصغيرة من خلال نسبة تكلفة الإيرادات هي مقارنة بين إجمالي الإيرادات وإجمالي التكاليف. في هذه الدراسة جدوى الأعمال وفقا لحساب ص / ج من الأكشاك الخمسة التي تمت دراستها في رانتاوبرابات كشك واحد فقط يستحق المحاولة لأنه لا يعاني من خسائر في دوران المبيعات ويحصل على نفس الربح ، في حين أن أربعة أكشاك من بينها لا تستحق المحاولة لأنها انخفضت دوران المبيعات مما أدى إلى فقدان الأكشاك. ثم من المعروف أن أعمال صغار التجار (الأكشاك) في رانتاوبرابات غير مجدية للزراعة ، لأن تأثير إنشاء الأسواق الصغيرة على دوران مبيعات الأكشاك هو تأثير سلبي يتمثل في انخفاض عدد المستهلكين الذين يأتون إلى الأكشاك بحيث يكون التأثير على الدخل المستلم ، بعد أن أصبح اتجاه التسوق في الأسواق الصغيرة لسكان رانتاوبرابات اليوم هو التسوق في الأسواق الصغيرة ، ويستند هذا إلى أن الأسواق الصغيرة لديها مرافق جيدة ومنتجات كاملة بحيث لا يحتاج السكان إلى البحث في المتاجر الأخرى. ثم كان حماس السكان بافتتاح السوق الصغير لأول مرة مرتفعا للغاية ، حتى كانت هناك طوابير طويلة عند الخروج.

الكلمات الرئيسية: جدوى الأعمال ، صغار التجار ، وجود السوق الصغيرة

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan, berserta keluarga dan para sahabatnya. Amin.

Skripsi ini berjudul “Analisis Kelayakan Usaha Pada Pedagang Kecil (Warung) Dengan Keberadaan Minimarket Di Rantauprapat”, ditulis untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah, di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof, Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Armyn Hasibuan, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Delima Sari Lubis, MA selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
4. Ibu Dra. Replita, M. Si, selaku Pembimbing I dan ibu Rini Hayati Lubis, M.P selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepala Perpustakaan serta pegawai Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh warga yang merupakan pemilik usaha pedagang kecil di Rantauprapat yang telah memberikan kesempatan dalam mengumpulkan data yang sangat dibutuhkan oleh penelitian dalam proses penelitian ini.
7. Bapak serta Ibu Dosen UIN Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi Peneliti selama proses perkuliahan.
8. Kepada Ayah dan Ibunda tercinta. Mustawa Pulungan Dan Nurlela Nasution, dua orang yang telah berjasa dalam hidup penulis. Terimakasih atas doa, cinta, kepercayaan dan segala bentuk yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung disegala pilihan dan keputusan yang diambil penulis, serta tanpa lelah mendengar keluh kesah penulis hingga titik ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figure orangtua terbaik bagi penulis.
9. Teristimewa kepada saudara-saudara kandung saya abang, Muhammad Arifin Pulungan. S.Kep. Ns dan Randi Syahputra Pulungan, kemudian Kakak Rahma Juwita Pulungan, dan yang terakhir Adik saya Rajo Kinta Hidayat Pulungan, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi maupun material demi kesuksesan studi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

10. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya Aan Sayuti Akram Nasution S.T terimakasih telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, yang menemani, mendengarkan keluh kesah, meluangkan waktu, menghibur pikiran serta memberikan semangat untuk terus maju dalam meraih apa yang menjadi impian saya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya.
11. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2019, yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selama ini telah berjuang bersama-sama.
12. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri, Rada Yunita Pulungan. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan mencoba walau seringkali mengeluh. Terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, walaupun lulus tidak tepat waktu namun lulus diwaktu yang tepat. Rada. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Dengan berserah diri kepada Allah Subhanahu Wata'ala akhirnya penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Seraya bermohon semoga tulisan ini bermanfaat bagi pembaca umumnya dan bagi penulis khususnya.

Padangsidempuan, Januari 2024
Peneliti,

RADA YUNITA PULUNGAN
NIM. 19 402 00028

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	s (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	..’..	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— ؤ	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
ؤ.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ..... اِ..... اِي.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
اِ..... اِي.....	Kasrah dan ya	ī	I dan garis di bawah
اُ.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ﺍﻝ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI SKRIPSI	
DEWAN PENGUJI UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Analisis Kelayakan Usaha	11
a. Aspek Pasar	13
b. Aspek Sosial	16
c. Aspek Finansial	17
2. Pedagang Kecil (Warung).....	18
a. Pengertian Pedagang Kecil (Warung)	18
b. Kriteria dan Karakteristik Pedagang Kecil (Warung)	19
c. Kelebihan dan Kelemahan Pedagang Kecil (Warung).....	21
d. Omset Dagang	22
e. Faktor-faktor yang membandingkan antara minimarket dan keterpurukan pedagang kecil (warung)	23
3. Minimarket	24
a. Pengertian Minimarket	24
b. Kelebihan dan Kelemahan Minimarket.....	26

c. Karakteristik Minimarket	27
4. Perdagangan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.....	29
5. Penelitian Terdahulu	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
B. Jenis dan Metode Penelitian	40
C. Unit Analisis/ Subjek Penelitian Unit.....	41
D. Sumber Data	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	46
G. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Temuan Penelitian.....	50
1. Gambaran Umum.....	50
a. Sejarah Rantauprapat	50
b. Letak dan Kondisi Lingkungan Alam Kota Rantauprapat	52
c. Visi Misi.....	54
d. Tingkat Pendidikan.....	55
e. Tingkat Pekerjaan	55
B. Pembahasan Hasil Penelitian	56
1. Analisis Kelayakan Usaha Pada Pedagang Kecil (Warung) Di Rantauprapat	56
a. Analisis Kelayakan Usaha Pedagang Kecil (Warung)	57
b. Kelayakan Usaha.....	60
2. Analisis Faktor dan Dampak dari keberadaan Minimarket terhadap Omset Penjualan pada Pedagang Kecil (Warung) di Rantauprapat.....	63
3. Keterbatasan Penelitian	69
BAB V KESIMPULAN.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 2	: Analisis Pendapatan Pedagang Kecil (Warung) di Rantauprapat.....	57
Tabel 3	: Faktor dan Dampak dari Keberadaan Minimarket terhadap Omset Penjualan pada Pedagang Kecil (Warung) di Rantauprapat.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Wawancara

Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman dan pertumbuhan ekonomi yang saat ini telah membawa dampak yang begitu hebat terhadap perkembangan di berbagai bidang usaha masyarakat. Hal tersebut dapat kita lihat dengan banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang tumbuh saat ini, baik itu perusahaan yang berskala kecil, menengah, maupun besar. Bagi perusahaan-perusahaan dagang sendiri banyak tumbuh dan berkembang perusahaan-perusahaan baru di berbagai wilayah mulai dari pelosok sampai perkotaan.¹ Sebagaimana kita jumpai di sekitar kita, banyak bermunculan perusahaan baru yang berbentuk warung-warung, minimarket-minimarket, sampai yang berskala besar yang berbentuk swalayan. Salah satu contoh sektor perekonomian di bidang informal adalah warung tradisional biasa disebut warung sembako atau warung eceran.

Warung tradisional didefinisikan sebagai bentuk usaha keluarga karena biasanya pekerjanya merupakan keluarga sendiri, menyediakan barang kebutuhan sehari-hari/kebutuhan rumah tangga, dan letaknya berdekatan atau berdampingan dengan rumah pemiliknya. Besar kecilnya warung bervariasi, dari etalase kecil di teras rumah hingga bangunan yang khusus dibangun agar

¹ Emaya Kurniawati, Anitiyo Soelistiyono, Teguh Ariefiantoro. "Strategi Bertahan Di Tengah Maraknya Toko Modern" (Studi Kasus pada Toko Tradisional Bu Yuli di Kelurahan Pendrikan Lor Kecamatan Semarang Tengah) (Majalah Ilmiah: Vol.16, No.2 April 2018), hlm. 95

dapat menampung stok barang dagangan yang cukup banyak. Selain mudah untuk mendirikan sebuah warung tradisional dengan modal yang tidak besar, bidang informal ini berpotensi untuk menjadi salah satu bidang usaha yang menghasilkan keuntungan secara langsung yang tidak menutup kemungkinan dapat juga menyerap tenaga kerja.² Selain mengandalkan pasar sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, juga mengandalkan keberadaan warung sembako atau warung eceran. Warung sembako ini memenuhi kebutuhan masyarakat sekitarnya, sehingga tidak perlu melakukan perjalanan ke pasar rakyat yang berjarak lebih jauh dari rumah. Selain berperan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, warung sembako juga menjadi sumber mata pencaharian keluarga sehingga menjadi salah satu penopang perekonomian rakyat.

Salah satu bentuk pertumbuhan pada sektor ekonomi adalah munculnya toko modern (minimarket). Minimarket adalah toko yang menawarkan berbagai macam produk, termasuk makanan. Minimarket dilengkapi dengan banyak layanan, termasuk penarikan tunai, dan pembayaran kartu debit. Minimarket menyediakan produk daerah selain itu. juga menyediakan produk impor. Dari segi harga, minimarket sering mengadakan promosi dengan diskon yang menggiurkan dan memiliki label harga yang pasti. Sehingga memungkinkan konsumen menengah kebawah

² Latifa Suhada Nisa, Siska Fitriyanti, Dewi Siska. "Pengaruh Minimarket Waralaba Terhadap Warung Tradisional Di Kalimantan Selatan" *Jurnal Kebijakan Pembangunan* Volume 16 Nomor 2 (Desember 2021), hlm. 182

memilih berbelanja di minimarket. Hal ini adalah beberapa penyebab masyarakat lebih penggemar pendirian ritel modern atau minimarket.³

Salah satu ritel modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat di Indonesia saat ini adalah minimarket. Kehadiran minimarket memberikan pengaruh positif dan negatif terhadap warung sembako bahwa dampak positif yang dirasakan pedagang kecil adalah mendorong kreatifitas pedagang untuk membuat strategi yang tepat agar bisa bertahan di tengah persaingan, sehingga usaha yang dimiliki memiliki ciri khas sendiri baik melalui strategi penjualan hingga penataan produk dengan rapi dan sesuai. Sementara dampak negatif yang dirasakan yaitu turunnya pengamatan seseorang dalam melakukan sesuatu, sehingga lamanya usaha dapat berdampak pada pendapatan yang diterima.

Pertumbuhan minimarket saat ini, dianggap secara tidak langsung mengancam dan melumpuhkan pedagang kecil. Tumbuh pesatnya minimarket ke wilayah pemukiman, berdampak buruk bagi warung yang telah ada di wilayah tersebut. Keberadaan minimarket yang jaraknya sangat berdekatan tentu akan memunculkan persaingan dan monopoli di wilayah tersebut.⁴Hadirnya minimarket di permukiman dengan jarak yang berdekatan dengan pedagang usaha kecil atau warung sembako akan merugikan pedagang

³ Zumrotul Muhzinat dan Siti Achiria, "Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura," *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (Desember 2019), hlm. 204

⁴ Septa Hussurur, "Dampak Pertumbuhan Minimarket Terhadap Pedagang Kelontong Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (Lampung; *e-book edition*;2020), hlm. 4

usaha kecil atau warung sembako itu. Hal ini terjadi karena mayoritas konsumen memilih untuk belanja di minimarket.

Berjalannya waktu, warung tradisional semakin lama semakin mengalami kemunduran.⁵ Kehadiran minimarket dapat menyebabkan persaingan tidak sehat yang dapat berbahaya bagi pemilik pedagang usaha kecil atau warung sembako. Keberadaan minimarket ini mematikan warung-warung kecil yang berada di wilayah pemukiman. Banyak pemilik warung kehilangan pelanggan yang dapat mengurangi omset penjualan.

Situasi ini bisa saja terjadi, dapat menimbulkan awal dari kecemburuan sosial di kalangan pengusaha. Sehingga warung sembako jatuh dan mungkin mati karena kehadiran minimarket yang menawarkan kenyamanan berbelanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik, serta fasilitas jika dibandingkan dengan apa yang disediakan oleh bisnis atau pengecer yang berdiri sendiri (toko tradisional atau warung sembako).⁶

Ditinjau dari ekonomi Islam, bisnis minimarket ini termasuk dalam bisnis yang diperbolehkan. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk berusaha mendapatkan kehidupan yang lebih baik di dunia dan sekaligus memperoleh kehidupan yang baik di akhirat.⁷ Tentunya untuk memperoleh hal

⁵ Herman Malono. "Selamatkan Pasar Tradisional". *islamiccollege.jakarta*, (2011), hlm. 57

⁶ Zumrotul Muhzinat dan Siti Achiria, "Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura," *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (Desember 2019), hlm. 204-205

⁷ Hadi Hartono, "Mengungkap Rahasia Bisnis Minimarket" (*e-book edition: 2011*), hlm. 78

itu jika ingin dilakukan dalam segi bisnis haruslah dilakukan dengan cara bermuamalah yang sesuai dengan ketentuan syariah.

Keunggulan warung selama ini diperoleh berkat lokasinya, karena masyarakat lebih senang berbelanja di warung-warung yang lokasinya lebih dekat. Akan tetapi pusat-pusat perbelanjaan seperti minimarket terus berkembang memburu lokasi yang potensial, dengan semakin marak dan tersebarnya lokasi minimarket maka keunggulan lokasi warung-warung tradisional juga akan hilang. Kedekatan lokasi kini tidak dapat lagi dijadikan sumber keunggulan yang berkelanjutan.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021 menurut Pasal 2 Ayat 2, zonasi mensyaratkan jarak minimal satu kilometer antara minimarket dengan toko tradisional atau pedagang usaha kecil. Namun kenyataannya, minimarket kini dapat kita jumpai bersebelahan dengan toko tradisional atau pedagang kecil. Karena kondisi toko tradisional yang memprihatinkan ini perlu dibenahi oleh pemerintah karena mempengaruhi hidup orang banyak. Pemerintah memiliki tanggung jawab kepada masyarakat untuk membuat toko tradisional lebih menarik, nyaman, dan harus mendorong pemilik toko tradisional untuk mengubah layanan mereka seperti minimarket sehingga mereka tidak tersingkir dalam persaingan untuk mendapatkan pelanggan. Bahkan di salah satu jalan terdapat

minimarket dengan dua hingga tiga usaha yang letaknya sejajar satu sama lain.⁸

Maraknya minimarket kesetiap sistem jaringan jalan terhadap keberadaan toko tradisional atau disebut juga dengan pedagang kecil (warung) bertentangan dengan Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 “Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern” di dalam pasal 4 ayat 1 disebutkan bahwa toko modern harus memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan.⁹ Pelaksanaan dari peraturan di atas telah dilakukan oleh para pengusaha pada saat pendirian minimarket, meski begitu tetap tidak menghindarkan adanya persaingan tidak seimbang antara minimarket dengan pedang kecil (warung) yang berada di wilayah yang bersangkutan. Padahal bentuk usaha warung sembako merupakan usaha andalan bagi sebagian masyarakat yang harus tetap dipertahankan keberadaanya, karena pedagang kecil (warung) merupakan sumber penghasilan utama bagi kalangan menengah kebawah.¹⁰

⁸ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

⁹ Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 “Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern” di dalam pasal 4 ayat 1.

¹⁰ Yoga Tantular Rachman, Dendy Syaiful Akbar” Analisis Kiat Toko Tradisional (Warung) Untuk Bertahan Ditengah Maraknya Minimarket (Toko Modern) (Survey Pada Toko Tradisionl Di Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis). Hlm. 7

Berdasarkan observasi jumlah pedagang kecil (warung) berkisar 166 usaha warung sembako dan jumlah keseluruhan minimarket berkisar 22 terdiri dari 5 usaha minimarket yaitu Indomaret, Alfamart, Alfamidi, Minimarket Raja Pas di Rantauprapat, Kecamatan Rantau Selatan, Kabupaten Labuhanbatu. Dan hasil dari data tersebut peneliti akan meneliti 5 pedagang kecil (warung) dan 1 staff/karyawan minimarket. Banyaknya minimarket di Rantauprapat, berdampak pada Pedagang kecil atau warung sembako. Warung sembako di Rantauprapat memiliki jarak minimarket 40 meter. Para pemilik warung di Rantauprapat mengeluh dengan hadirnya minimarket di daerahnya. Mereka beranggapan bahwa hal itu meningkatkan daya saing tidak sehat di daerahnya, khususnya untuk warung-warung yang jaraknya di sebelah minimarket.

Maka dalam hal ini peneliti tertarik untuk menuangkan permasalahan kelayakan usaha pada pedagang kecil (warung) dengan keberadaan minimarket dirantau prapat. Berdasarkan analisis tersebut maka penulis tergerak untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul :

“ANALISIS KELAYAKAN USAHA PADA PEDAGANG KECIL (WARUNG) DENGAN KEBERADAAN MINI MARKET DI RANTAU PRAPAT”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat di identifikasikan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Kehadiran minimarket dapat menyebabkan persaingan tidak sehat yang dapat berbahaya bagi pemilik pedagang usaha kecil atau warung sembako. Keberadaan minimarket ini mematikan warung-warung kecil yang berada di wilayah pemukiman. Hal ini terjadi karena mayoritas konsumen memilih untuk belanja di minimarket.
2. Munculnya minimarket membawa dampak buruk bagi para pedagang kecil, khususnya dari omset penjualan. Hal ini didasarkan karena minimarket mempunyai fasilitas produk yang baik serta produk yang lengkap sehingga warga tidak perlu mencari di toko-toko lain sehingga hal ini menurunkan omset penjualan pada pedagang kecil (warung) di Rantauprapat.

C. Batasan Masalah

Dari beberapa masalah yang teridentifikasi pada penelitian ini, peneliti akan memberikan batasan masalah untuk menghindari kesalahpahaman terhadap masalah penelitian. Maka dari itu perlu dilakukan batasan masalah agar pembahasan ini lebih terfokus dan terarah pada permasalahan yang dikaji yaitu :

1. Kelayakan usaha pada pedagang kecil (warung) dengan keberadaan minimarket di Rantauprapat
2. Dampak berdirinya minimarket terhadap omset penjualan pada pedagang kecil (warung).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diangkat dan teliti yaitu terkait :

1. Bagaimana Kelayakan Usaha pada Pedagang Kecil (Warung) dengan Keberadaan Minimarket di Rantauprapat ?
2. Bagaimana dampak dari keberadaan minimarket terhadap omset penjualan pada pedagang kecil (warung) di Rantauprapat ?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang diajukan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui kelayakan usaha pada pedagang kecil (warung) dengan keberadaan mini market di rantauprapat.
2. Untuk mengetahui dampak dari keberadaan mini market terhadap omset penjualan pedagang kecil (warung) di rantauprapat.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi beberapa pihak, di antaranya :

1. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dengan pengetahuan tentang analisis kelayakan usaha pada pedagang kecil (warung) dengan keberadaan minimarket di rantauprapat dan sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh di bangku kuliah, menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya serta sebagai sarana untuk menambah wawasan peneliti terutama yang berhubungan dengan bidang kajian yang ditekuni selama kuliah.

2. Bagi pedagang kecil (warung) dengan keberadaan minimarket di rantauprapat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pedagang kecil dalam menemukan titik tengah terkait masalah persaingan antara minimarket dan pedagang kecil, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang kecil.

3. Bagi akademik

Sebagai tambahan referensi dan informasi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan penelitian selanjutnya khususnya bagi program studi Ekonomi Syariah mengenai analisis kelayakan usaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Analisis Kelayakan Usaha

Kelayakan usaha merupakan suatu kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat (benefit) yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha atau proyek.¹

Kelayakan usaha adalah suatu penyelidikan yang mendalam atas suatu rangkaian kegiatan yang dilaksanakan dalam waktu yang akan datang, sehingga dapat diketahui kewajaran dan manfaatnya.² Adapun pengertian kelayakan usaha menurut pendapat para ahli yaitu suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.³

Studi kelayakan (*feasibility Studi*) merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak gagasan untuk menjalankan usaha/proyek. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan bahwa gagasan usaha/proyek yang akan dilaksanakan

¹ T. Syahril Daoed, Muhammad Amri Nasution. "STUDI KELAYAKAN BISNIS (Teori dan Aplikasi Keuangan Dalam Bisnis),(Undhar Press:2021), hlm.16

² Dadang Husen Sobana "Studi Kelayakan Bisnis" (Bandung; CV PUSTAKA SETIA:2018), hlm. 28

³ Reza Nurul Ikhsan, Lukman Nasution, Sarman Sinaga. "Studi Kelayakan Bisnis" (*Bussiness Feasibility Study*) (Medan: CV. MANHAJI 2 0 1 9) hlm. 3

memberikan manfaat (benefit), baik dalam arti financial benefit maupun social benefit.⁴

Kelayakan artinya penelitian dilakukan secara mendalam untuk menentukan apakah usaha atau bidang yang akan dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

Bisnis adalah usaha yang di jalankan dengan tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam usaha bisnis adalah keuntungan finansial.

Persiapan dalam melakukan analisis kelayakan usaha itu dapat dilakukan sebagai berikut :

- a. Mengukur luas usaha yang akan dipilih,
- b. Bentuk usaha apa yang akan dilakukan,
- c. Jenis usaha apa yang akan ditekuni,
- d. Bagaimana mengemil informasi usaha yang akan diterima,
- e. Adakah peluang usaha yang akan diterima.

Yang menjadi prinsip dasar keberhasilan usaha yang dijalankan wirausaha adalah harus didasarkan pada:

- 1) Menjalankan usaha berdasarkan :
 - a. Bakat yang dimiliki dalam mengurus usaha,
 - b. Sungguh – sungguh dalam mengelola usaha,

⁴ Wiwik Sulistiyowati, “Analisis Kelayakan Usaha” (JawaTimur: UMPAS Press :2019), hlm. 2

- c. Mempunyai kemampuan dalam mengelola usaha,
- 2) Tidak terpengaruh dengan pekerjaan lain,
 - 3) Bekerja positif dengan semangat,
 - 4) Bekerja dengan tekun dan tekad yang terarah,
 - 5) Melatih pikiran dengan ide-ide atau gagasan secara positif,
 - 6) Bekerja dengan penuh keyakinan, iman tawakal terhadap Tuhan yang maha esa.

Secara umum aspek-aspek yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis yaitu aspek pasar, sosial, financial. Aspek yang perlu diperhatikan dalam studi kelayakan bisnis yaitu hukum, lingkungan, Pasar dan Pemasaran, Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis, yaitu:⁵

a. Aspek Pasar

Aspek pasar dan pemasaran merupakan pokok kajian dalam studi kelayakan bisnis. Banyak yang menyatakan bahwa aspek pasar dan pemasaran merupakan aspek yang paling utama dan pertama yang harus dilakukan pengkajiannya dalam studi kelayakan bisnis karena tidak mungkin suatu bisnis didirikan dan dioperasikan jika tidak ada pasar dan pemasaran yang siap menerima produk dari perusahaan.

Menurut Kasmir dan Jakfar, untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki

⁵ Nasir Ahmad. "Studi Kelayakan Bisnis" (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0), hlm. 4-9.

peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Atau dengan kata lain seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar market share yang dikuasai oleh para pesaing dewasa ini. Kemudian bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan, untuk menangkap peluang pasar yang ada. Dalam hal ini, untuk menentukan besarnya pasar nyata dan potensi pasar yang ada, maka perlu dilakukan riset pasar, baik dengan terjun langsung ke lapangan maupun dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber. Kemudian, setelah diketahui pasar nyata dan potensi pasar yang ada barulah disusun strategi pemasarannya.⁶

Aspek pasar mempelajari tentang :

1. Permintaan

Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen, selain itu permintaan akan terjadi apabila didukung oleh daya beli oleh konsumen untuk memperoleh barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, meliputi harga barang itu sendiri, harga barang lain baik sebagai substitusi maupun komplementer, pendapatan, selera, jumlah penduduk, dan akses untuk mendapatkan barang dan jasa yang ditawarkan.

2. Penawaran

Penawaran adalah jumlah barang dan jasa yang ditawarkan produsen kepada konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu.

⁶ Kasmir dan Jakfar, "Studi Kelayakan Bisnis" (Jakarta; KENCANA. 2013), hlm. 43

Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran diantaranya adalah harga barang dan jasa itu sendiri, harga barang lain, teknologi, harga input, tujuan perusahaan, atau akses.

3. Pemasaran

Aspek-aspek dalam pemasaran meliputi bauran pemasaran yang yang disingkat dengan 4P, yang meliputi product (produk), price (harga), place (distribusi) dan promotion (promosi):

a) Produk

Produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

b) Harga

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Dalam kebijakan harga, manajemen harus menentukan harga dasar dari produknya,

c) Tempat

Tempat diartikan sebagai distribusi. Distribusi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk menjadi mudah diperoleh dan selalu tersedia untuk konsumen sasaran. Sedangkan saluran distribusi adalah seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan untuk

meyalurkan produk dan status kepemilikan dari titik produksi sampai titik konsumsi.

d) Promosi

Promosi meliputi semua perusahaan kegiatan yang untuk mempromosikan dilakukan mengkomunikasikan dan produknya ke pasar sasaran. Promosi merupakan bentuk komunikasi yang bersifat membujuk atau persuasif.

b. Aspek Sosial

Terkait aspek sosial, analisis sosial ini dilakukan untuk mengetahui apakah dengan keberadaan bisnis yang akan kita jalankan memberikan dampak pada masyarakat sekita seperti menjadi semakin ramai, lalu lintas semakin lancar, adanya jalur komunikasi, penerangan listrik, pendidikan masyarakat setempat dan lainnya.

Menurut Kasmir dan Jakfar, penelitian dalam aspek sosial dan ekonomi adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan jika proyek tersebut dijalankan. Pengaruh tersebut terutama terhadap ekonomi secara luas serta dampak sosialnya terhadap masyarakat secara keseluruhan. Dampak ekonomi tertentu yaitu peningkatan pendapatan masyarakat, baik yang bekerja di pabrik atau masyarakat di luar lokasi pabrik.⁷

⁷ Kasmir dan Jakfar, "Studi Kelayakan Bisnis" (Jakarta; KENCANA. 2013), hlm. 200

c. Aspek Finansial

Terkait finansial, suatu bisnis dikatakan baik jika dapat memberikan keuntungan yang layak dan mampu memenuhi kewajiban keuangannya. Aktivitas pada aspek finansial ini meliputi penghitungan jumlah modal yang dibutuhkan untuk keperluan modal kerja awal dan pengadaan harta tetap. Dianalisis juga mengenai pilihan pembiayaan yang paling menguntungkan dengan menentukan berapa modal yang harus dipersiapkan yang berasal dari pinjaman pihak luar dan berapa dana dari modal sendiri. Perolehan hasil analisis finansial akan digunakan sebagai gambaran keadaan rencana keuangan dengan pihak-pihak yang berkepentingan.

Menurut Umar dalam buku Hosani, dari perkiraan kebutuhan dana untuk investasi dapat bersumber dari modal sendiri (modal distor), modal saham, obligasi yang terbit, kredit perbankan, ataupun sewa guna (leasing) dari lembaga keuangan non bank. Sedangkan aliran kas (cash flow) disajikan untuk memberikan gambaran sirkulasi kas baik kas masuk (cash inflow) maupun kas keluar (cash outflow) lengkap dengan sumber dana kas tersebut.⁸

⁸ hosani dkk, manajemen proyek , (Bandung: Grup CV. Widina Media Utama, 2021), hlm. 28

2. Pedagang kecil (warung)

a. Pengertian pedagang kecil (warung)

Ekonomi Mikro berbicara soal segmen-segmen kecil dari pada seluruh perekonomian yakni para konsumen atau kelompok konsumen dan produsen secara tersendiri.⁹ Jadi, pedagang kecil itu adalah suatu usaha sendiri atau individu yang mempunyai modal kecil. Sesuai dengan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Pengertian Usaha Kecil yaitu: 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 yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Warung adalah tempat berjualan makanan dan minuman sedangkan warung sembako adalah barang-barang untuk keperluan sehari-hari. Warung sembako atau yang biasa disebut dengan warung penyedia barang kebutuhan sehari-hari merupakan usaha mikro yang kepemilikannya dimiliki oleh pribadi dan melakukan penjualan barang, melayani pelanggan secara langsung dan pada umumnya pemilik warung merangkap tugas sebagai kasir.¹⁰

⁹ Firdaus, Pengantar Sistem Ekonomi, (Bandung : Cipta Print, 2006), hlm. 5

¹⁰ Nurlisa, Suryani, Ismaulina, " Faktor – faktor yang Mempengaruhi Pendapatan warung sembako" (Ekonomi & Ekonomi Syariah; 2021). hlm. 12

Warung sembako merupakan salah satu bisnis usaha yang menjadi incaran masyarakat karena tersedianya kebutuhan pokok serta kebutuhan yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat serta kelengkapan barang yang tersedia juga harga yang dijual bisa dijangkau oleh masyarakat dari yang memiliki pendapatan yang tinggi hingga masyarakat kalangan bawah pun harganya terjangkau.¹¹

Sembako adalah singkatan dari Sembilan bahan pokok yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman yang secara umum sangat dibutuhkan masyarakat Indonesia secara umum. Secara luas sembako adalah hal yang dibutuhkan manusia dalam kegiatan pemenuhan kebutuhannya atas pangan. Tanpa sembako kehidupan rakyat Indonesia bisa terganggu karena sembako merupakan kebutuhan pokok utama sehari-hari yang wajib ada di jual bebas di pasar.¹²

b. Kriteria dan karakteristik Pedagang Kecil (warung)

Pedagang kecil harus memiliki kriteria yang mencakup beberapa hal tentang permodalan. Dalam usaha mikro pedagang kecil masuk dalam kriteria usaha kecil menurut UU No. 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut:¹³

¹¹Moniaga Brenda Rapunzel,Vekie A Rumatel,Irawaty Maslowan. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat pendapatan Pada Pemilik Warung Sembako" (Berkala Ilmiah Efisiensi ;2017). hlm. 27

¹² Anne ahira "sembako" hlm. 17 di akses hari Kamis, tanggal 7 Agustus 2023, 17.13

¹³ <https://dayintapinasthika.wordpress.com/2011/04/12/usaha-kecil-menengah-ukm/> di akses hari Minggu, tanggal 18 Juni 2023. 14:20

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Milyar Rupiah).
- 3) Milik Warga Negara Indonesia.
- 4) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar.
- 5) Berbentuk usaha orang perseorangan , badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Adapun karakteristik pedagang kecil (warung) adalah:¹⁴

jika ditinjau dari system kepemilikan, seluruhnya merupakan kepemilikan perseorangan, sehingga pembiayaan keberlangsungan toko seluruhnya ditanggung oleh pemiliknya. Jika ditinjau dari sistem pelayanan, mayoritas pedagang kecil (warung) memiliki sistem pelayanan yang sepenuhnya dilayani oleh pemilik atau penjaga toko. Sehingga konsumen atau pengunjung cenderung tidak memiliki kebebasan penuh untuk memilih dan menentukan jenis barang yang akan dibeli. Mayoritas pemilik toko usaha kecil tersebut membuka tokonya antara pukul 06.00 – 09.00. Sedangkan jam tutup toko biasanya antara pukul 20.00 – 21.30. Dikarenakan pemilik

¹⁴ Melita Iffah, Fauzul Rizal Sutikno, Nindya Sari. "Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Malang;Tata Kota dan Daerah;2011), hlm. 57

memiliki kendali penuh terhadap keberlangsungan tokonya, maka pemilik juga berhak menentukan waktu tutup sementara. Hal ini dikarenakan pemilik membutuhkan waktu untuk beristirahat. Jam tutup sementara (jam istirahat) biasanya dilakukan pada saat siang hari, antara pukul 12.00 – 15.00, dan toko akan dibuka kembali. Pedagang kecil (warung) yang dimiliki oleh warga masyarakat memiliki modal yang tidak sama besar jika dibandingkan dengan kepemilikan minimarket. Pedagang kecil (warung) melakukan secara individual, yang dilakukan oleh masing-masing pemilik toko, dengan tujuan yang beraneka ragam, yaitu pasar, toko grosir, maupun menggunakan sistem supplier skala kecil.

c. Kelebihan dan kekurangan pedagang kecil (warung)¹⁵

Kelebihan Pedagang kecil (warung):

- 1) Menawarkan harga yang lebih murah
- 2) Adanya pembelian eceran dalam jumlah yang lebih kecil
- 3) Produk yang dijual cukup komplit dan beragam
- 4) Pelayanannya cukup cepat
- 5) Tidak ada jam operasional
- 6) Dapat berhutang

Kekurangan pedagang kecil (warung):

- 1) Kurangnya kelengkapan barang

¹⁵ Yohanna Meilani Putri, Rica Agatha, Reefadhinta Novta Amelia. "Strategi Bertahannya Warung Kelontong Dalam Gempuran Market Modern" (Sosial Humaniora Dan Pendidikan; (2023), hlm. 5

- 2) Cenderung sempit Tempatnya
- 3) Produk tidak tersusun rapi
- 4) Tidak ada label harga
- 5) Pembayaran tunai
- 6) Bentuk bangunan yang kurang menarik
- 7) Jarang ditemukan produk pengeluaran baru secara cepat

d. Omset Dagang

Omset adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama masa jual.¹⁶ Penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang dan jasa kebutuhan yang telah dihasilkannya kepada mereka yang membutuhkan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan sebelumnya.¹⁷

Perdagangan atau perniagaan pada umumnya adalah pekerjaan membeli barang dari suatu tempat dan suatu waktu dan menjual barang tersebut di tempat dan waktu lainnya untuk memperoleh keuntungan. Meningkatkan omset penjualan adalah tantangan besar bagi para pelaku usaha karena sukses atau tidaknya suatu usaha sangat ditentukan oleh

¹⁶ Nissa Nurfitria, Retno Hidayat, "Omset Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan Dan Waktu" Vol. x, No. 6 (Maret-April 2015), hlm. 10

¹⁷ Welem Anthonie Bawole. Evelin J. R. Kawung. A. Purwanto "Respons Pemilik Warung Kecil Terhadap Kehadiran Usaha Waralaba Di Kelurahan Tuminting Kecamatan Tuminting Kota Manado", hlm. 201

seberapa banyak produk yang laku dijual. Untuk itu, diperlukan strategi khusus dalam pencapaiannya.¹⁸

e. Faktor-faktor yang membandingkan antara minimarket dan keterpurukan pedagang kecil (warung)

1. Produk yang baik dan lengkap serta fasilitas yang terbaik
2. Keyakinan konsumen untuk membeli produk berkualitas
3. Letak yang strategis
4. Faktor berbagai kecenderungan sosial (lingkungan sekitar) dan persaingan.

Tentunya menjadi harapan dan perhatian masyarakat, sebaiknya pemerintah dapat membantu mengawasi izin pembukaan usaha minimarket sehingga tidak mengganggu pedagang kecil (warung), agar masyarakat menengah kebawah dapat membuka usaha pedagang kecil (warung) tanpa tergusur dengan adanya usaha minimarket yang menjamur di rantauprapat.

Hal-hal yang disebutkan diatas merupakan permasalahan karena menimbulkan perdebatan masyarakat antara pro dan kontra ataupun penolakan dari pengusaha pedagang kecil (warung) karena tidak mampu bersaing dengan pengusaha kelas atas atau bisnis usaha minimarket.

Sebuah faktor yang dapat menjadi keuntungan besar atau kerugian untuk sebuah bisnis minimarket adalah popularitas merk nasional yang mewakili. Jika rantai nasional sangat sukses dan terkait dengan produk

¹⁸ Winardi. Manajemen Perilaku Organisasi.(Yogyakarta : Kencana Prada. 2016), hlm. 219

yang konsumen inginkan, ini bisa menjadi situasi yang sangat baik bagi pemilik bagaimanapun sebuah minimarket mungkin menemukan bisnis yang diseret turun bersama dengan sisa rantai. Kekurangannya adalah pembatasan. Beberapa kelemahan utama bisnis minimarket adalah pembatasan yang ditempatkan pada usaha individu. minimarket diwajibkan untuk hanya menjual produk-produk tertentu dan pada harga tertentu, dan hanya menggunakan dekorasi tertentu. Faktor yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba adalah banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi. Ini tidaklah berarti bahwa perusahaan harus mendapatkan laba dengan cara memberikan kepuasan kepada konsumen. Perkembangan masyarakat dan teknologi telah menyebabkan perkembangan konsep pemasaran, sekarang perusahaan dituntut untuk dapat menanggapi cara-cara/kebiasaan-kebiasaan masyarakat. Perusahaan tidak lagi berorientasi kepada konsumen saja, tetapi juga harus berorientasi pada masyarakat.¹⁹

3. Minimarket

a. Pengertian minimarket

Dalam definisi minimarket menurut Hendri ma'ruf adalah: "Toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan permukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko

¹⁹ Welem Anthonie Bawole. Evelin J. R. Kawung. A. Purwanto "Respons Pemilik Warung Kecil Terhadap Kehadiran Usaha Waralaba Di Kelurahan Tuminting Kecamatan Tuminting Kota Manado"

atau warung”²⁰. Sebagai minimarket yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari suasana dan keseluruhan minimarket sangat memerlukan suatu penanganan yang profesional dan khusus agar dapat menciptakan daya tarik pada minimarket. Minimarket sebagai peranan kebutuhan masyarakat sehari-hari menjadi tempat belanja favorit masyarakat yang ingin belanja ringan tetapi tidak perlu pergi jauh seperti ke supermarket.

Pada era modern kini sudah mulai banyak tumbuh minimarket-minimarket yang sudah menyediakan fasilitas yang memadai guna memanjakan konsumennya. Sementara itu, menurut Kotler dan Keller “Minimarket dapat dikatakan merupakan bagian dari pengecer. Definisi dari pengecer tersebut adalah semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi bukan untuk bisnis”.²¹

Sebagai minimarket yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari, suasana dan keseluruhan minimarket sangat memerlukan suatu penanganan yang profesional dan khusus agar dapat menciptakan daya tarik pada minimarket. Tata letak minimarket dapat mempengaruhi sirkulasi kembali untuk berbelanja. Kadang-kadang suasana yang nyaman bersih dan segar lebih diutamakan dari pada hanya sekedar harga rendah yang belum tentu dapat menjamin kelangsungan hidup dari minimarket tersebut. Salah satu usaha

²⁰ Hendri Ma’ruf. Pemasaran Ritel. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005) hlm.84

²¹ Philip Kotler dan Kelvin Lane Keller, Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga belas. Jilid Pertama. Penerjemah Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm.114

yang dilakukan oleh pengusaha minimarket ini untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian yaitu melalui promosi.

Minimarket biasanya luas ruangnya adalah antar 50 m² sampai 200 m² serta berada pada lokasi yang mudah dijangkau konsumen. Minimarket mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern dengan minimarket, belanja sedikit di tempat yang dekat dan nyaman terpenuhi, perilaku konsumen yang menyukai tempat belanja bersih, sejuk dan tertata rapi membuat minimarket menjadi unggul dari warung dan toko lainnya.

b. Kelebihan dan Kelemahan Minimarket²²

Kelebihan minimarket

1. Menemukan gaya warung dengan bentuk yang menarik
2. Memiliki kenyamanan dalam ruangan dan kebersihan
3. Pelayanan yang baik terhadap pembeli
4. Kualitas barang lebih terjamin di banding warung kelontong
5. Bisa beli eceran
6. Selalu memunculkan promo produk baru dapat berbelanja berbagai keperluan dalam satu tempat saja, sehingga menghemat waktu dan tenaga

Kelemahan Minimarket

1. Harga pas dan tidak bisa tawar-menawar
2. SPG kadang sangat tidak ramah atau tidak sopan

²² Riska, "Analisis Motivasi Belanja Konsumen Minimarket dan Warung Kelontong dalam Perspektif Islam" (Makasar;2019), hlm.34

3. SPG berbuat curang

c. Karakteristik Minimarket²³

1. Minimarket mempunyai beberapa komponen dalam penjualan yaitu kasir, pegawai, produk/barang, uang, toko, struck, dan brosur.
2. Minimarket memiliki pelayanan yang baik
3. Minimarket memiliki environment berupa, manager, supervisor, pegawai, dan keuangan
4. Minimarket memiliki interface (penghubung) yaitu, pembeli, pegawai, dan kasir.

Dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut bauran pemasaran (marketing mix) yang memiliki peran penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Minimarketpun menggunakan bauran pemasaran yang dikenal dengan 4P, merupakan kepanjangan dari Product, Price, Promotion, dan Place sebagai berikut :²⁴

- a. Product (Produk) merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuas kebutuhan dan keinginan pelanggan.

²³<http://mohammadbahrudin.blogspot.com/2013/11/karakteristik-sistem-penjualanbarang.html>. Diakses hari senin pada tanggal 12 juni 2023

²⁴ Philip Kotler and Gary Amstrong, *Principles of Marketing* 14th Edition (USA: Pearson, 2012) hal. 51-52

- b. Price (Harga) adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk yang ditawarkan dengan menghitung harga eceran yang disarankan oleh suatu produsen.
- c. Place (Tempat) merupakan keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa atau produk bagi para pelanggan potensial.
- d. Promotion (Promosi) berarti kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk target pelanggan untuk membeli produk tersebut.
- e. People merupakan unsur orang/manusia yang melayani terutama dalam perusahaan yang menjual jasa. Termasuk kedalamnya yaitu pimpinan sebagai pengambil keputusan dan unsur karyawan yang melayani konsumen. Karyawan ini perlu diberi pengarahan dan pelatihan agar dapat melayani dengan baik.
- f. Physical evidence (Bukti Fisik) Artinya bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan jasa. Pelanggan potensial tidak bisa menilai suatu jasa atau produk sebelum mengkonsumsinya. Bukti fisik ini bisa dalam berbagai bentuk, misalnya brosur.
- g. Process (Proses) yaitu bagaimana proses dilakukan sampai jasa yang diminta oleh konsumen diterima secara memuaskan. Apakah cukup puas menerima jasa, cepat layanannya, bersih, rapih, akurat, tepat waktu dan sebagainya.

4. Perdagangan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi syariah yaitu pihak pedagang yang menjalankan usahanya sesuai dengan syariah islam, seperti menghindari perbuatan yang mengandung unsur curang, dikarenakan tingginya keinginan masyarakat untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dalam waktu sesingkat-singkatnya sehingga menggeser nilai-nilai kejujuran yang terkandung didalam berwirausaha. Dalam ekonomi syariah kunci dari kesuksesan dalam berwirausaha terletak pada kejujuran dan keadilan, serta bekerja dengan mengharap ridha Allah swt. Perdagangan dalam ekonomi islam merupakan aktivitas manusia yang terkait dengan masalah muamalah. Ketentuan Islam terkait dengan masalah muamalah sangat tegas sebagaimana dijelaskan dalam suatu kaedah fiqih yang menyatakan bahwa prinsip dasar dalam Islam terkait dengan masalah muamalah adalah boleh, selagi tidak ada dalil yang menunjukkan keharamannya. Berdasarkan kaidah fiqih ini dipahami bahwa Islam memberikan kelapangan yang sangat luas kepada setiap muslim untuk melakukan berbagai aktivitas yang terkait dengan masalah muamalah. Batasan kebolehan perbuatan tersebut adalah selagi tidak bertentangan dengan ketentuan agama yang secara nyata telah ditegaskan oleh Allah akan keharamannya, ataupun tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar yang telah ditetapkan agama.

Islam mengajarkan umatnya untuk melibatkan diri dalam berdagang untuk mencapai kesejahteraan ekonomi.²⁵ Dalam Al-Quran Surat An-Nisaa : 29 dinyatakan :

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

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-sukadi antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*²⁶

Selain itu dalam hadits juga terdapat sebuah motivasi Rasulullah SAW kepada seorang pedagang. Rasulullah Shallallahu'alaihi Wasallam seringkali memuji dan memotivasi para pedagang. Diantaranya beliau bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ، وَالصِّدِّيقِينَ، وَالشُّهَدَاءِ

Artinya : *Pedagang yang jujur dan terpercaya akan dibangkitkan bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan para syuhada.*²⁷

Berdasarkan ayat tersebut, jelas bahwa Islam menganjurkan dan memotivasi umatnya untuk menjadi seorang pedagang. Berdagang (bisnis)

²⁵ Muhammad Arham, "Islamic perspectives on marketing", (Journal of Islamic Marketing, Vol. 1 Iss: 2, 2010), hlm. 149 – 164.

²⁶ AL-Qur'an Surat An-Nisa (4), Ayat 29.

²⁷ HR. Tirmidzi no.1209, ia berkata: "Hadits hasan, aku tidak mengetahui selain lafadz ini.

adalah sesuatu hal penting dalam Islam, begitu pentingnya berdagang dalam Islam hingga Allah SWT menunjuk Muhammad sebagai seorang pedagang sangat sukses sebelum beliau diangkat menjadi nabi.

Walaupun secara umum telah ditegaskan kebolehan berdagang dalam Al Quran. Namun, para ulama telah menetapkan ketentuan dalam sebuah perdagangan sehingga transaksi yang dilakukan dalam sebuah perdagangan dinyatakan sah atau benar dalam Islam. Ketentuan tersebut disebut juga dengan norma/nilai/etika perdagangan/jual beli.

Qardawi dalam bukunya norma dan etika ekonomi Islam secara tegas telah memisahkan antara nilai-nilai dan perilaku dalam perdagangan.

Diantara norma-norma atau nilai-nilai syariah itu adalah sebagai berikut :²⁸

- a. Larangan memperdagangkan barang-barang haram
- b. Bersikap benar, amanah, dan jujur
- c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga (Riba')
- d. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli
- e. Menegakkan toleransi, persaudaraan, dan sedeqah
- f. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.

Dengan demikian maka peneliti berkesimpulan bahwa diharapkan agar pemahaman yang beragam yang ditunjukkan oleh para pedagang terkait dengan nilai-nilai syari'ah dalam berdagang dapat dimengerti, dipahami dan

²⁸ Yusuf Qardawi, Peran nilai dan moral Islam, (Jakarta: Rabbani Press, 2001), hlm. 285-344.

dijalani. Pemahaman tersebut dapat menjadi dasar dari para pedagang dalam berperilaku sesuai dengan nilai-nilai syari'ah dalam berdagang. Dan berharap para pedagang tidak berperilaku menyimpang dari nilai-nilai syari'ah berdagang tersebut.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu patokan peneliti dalam melakukan penelitian ini sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut penelitian terdahulu dari beberapa skripsi yang relevan dengan judul penelitian yang dilakukan, diantaranya adalah sebagaimana dalam tabel berikut.

Tabel. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Jenis	Hasil Penelitian
1.	Ismilana Roihah (Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023)	Analisis Keberadaan Minimarket Terhadap Usaha Kecil Menurut Prespektif Ekonomi Islam Di Desa Wringin Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan yaitu Dampak dari hadirnya minimarket ditengah toko tradisonal dapat menurunkan tingkat pendapatan yang lebih rendah terhadap pedagang toko tradisional yang terletak di Desa Wringin, Kecamatan Wringin, Kabupaten Bondowoso, terutama toko tradisional yang jaraknya dekat dengan minimarket dan rata-rata pedagang yang menjual produk serupa dengan barang yang dijual di minimarket. ²⁹
2.	Septa Hussurur (Universitas	Analisis Dampak Pertumbuhan Minimarket	Kualitatif	Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa

²⁹ Ismilana Roihah, "Analisis Keberadaan Minimarket Terhadap Usaha Kecil Menurut Prespektif Ekonomi Islam Di Desa Wringin Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso" (Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023)

	Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020)	Terhadap Pedagang Kelontong Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Sukarame Bandar Lampung)		Berdirinya minimarket menyebabkan perubahan besar terhadap warung kelontong mereka hanya dapat menjawab kekalahan mereka dalam berdagang, dikarenakan faktor kualitas ruangan yang nyaman dan bersih, barang-barang yang komplit dan harga yang murah. Secara luas mereka tidak bisa berbuat apa-apa lagi. ³⁰
3.	Alfian (Universitas Muhammad iyah Palopo, 2022)	Ancaman Kelangsungan Pendapatan Usaha Warung Tradisional di Tengah Banyaknya Toko Minimarket Modern di Kelurahan Salassa Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyaknya minimarket modern memberikan ancaman bagi para pedagang warung tradisional. Mulai dari perubahan omset, perubahan kosumen bahkan membuat pendapatan menurun yang akan

³⁰ Septa Hussurur, "Analisis Dampak Pertumbuhan Minimarket Terhadap Pedagang Kelontong Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Sukarame Bandar Lampung" (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020)

		Utara		membuat para pedagang warung tradisional rugi. selain itu berpengaruh pada kualitas warung tradisional yang hanya menjual eceran serta minimarket yang memiliki fasilitas yang memadai sehingga konsumen beralih ke minimarket dengan tempat yang lebih nyaman dan harga yang memiliki diskon yang lebih murah. ³¹
4.	Rini Arnisyah (Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020)	Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong (Studi Kasus di Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat)	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan: 1. persepsi negative pemilik toko kelontong terhadap keberadaan pasar modern termasuk dalam katagori tinggi. 2. Keberadaan Minimarket modern terhadap toko kelontong berdampak negatif

³¹ Alfian, "Ancaman Kelangsungan Pendapatan Usaha Warung Tradisional di Tengah Banyaknya Toko Minimarket Modern di Kelurahan Salassa Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara" (Universitas Muhammadiyah Palopo, 2022)

				<p>pada omzet, pendapatan dan jumlah pelanggan.</p> <p>3. Implementasi peraturan pemerintah tentang pasar modern belum berjalan sebagaimana mestinya.</p> <p>4. Upaya yang dilakukan pemilik toko kelontong untuk mempertahankan eksistensi usahanya sangat minim.³²</p>
5.	Ida Suwarni (Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019)	Pengaruh Berkembangnya Keberadaan Alfamart/Indomaret Terhadap Pendapatan Warung Kecil Di Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah	Kualitatif	<p>Mengenai pengaruh berkembangnya keberadaan Alfamart/Indomaret, bahwa mengenai pengaruh berkembangnya keberadaan Alfamart/Indomaret sepenuhnya tidak dipengaruhi oleh keberadaan Alfamart/Indomaret, melainkan karena kurangnya modal tambahan dan ilmu pengetahuan dari pihak warung kecil</p>

³² Rini Arnisyah, "Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong" (Studi Kasus di Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat), (Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020)

				tentang bagaimana cara memasarkan serta mengalokasikan pendapatan hasil dari penelitian tersebut. ³³
--	--	--	--	---

Adapun perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismilana Roihah adalah terkait dengan variabel independennya yaitu analisis keberadaan minimarket terhadap usaha kecil menurut prespektif ekonomi islam, sedangkan peneliti terdapat pada variabel analisis kelayakan usaha pada pedagang kecil (warung) dengan keberadaan minimarket. Lokasi penelitian Ismilana Roihah berada di Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso sedangkan peneliti meneliti di rantauprapat. Persamaannya dengan peneliti ini yaitu sama-sama terdapat pada jarak penelitian yang dekat dengan minimarket.
2. Septa Hussurur dengan judul skripsi analisis dampak pertumbuhan minimarket terhadap pedagang kelontong dalam perspektif ekonomi islam (studi kecamatan sukarama bandar lampung), peneliti ini berada tepatnya kecamatan sukarama Bandar lampung, sedangkan penelitian

³³ Ida Suwarni, "Pengaruh Berkembangnya Keberadaan Alfamart/Indomaret Terhadap Pendapatan Warung Kecil Di Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah", (institut agama islam negeri (IAIN) Metro, 2019)"

ini meneliti di rantauprapat. Peneliti tersebut berfokus pada dampak pertumbuhan minimarket terhadap pedagang kelontong, namun peneliti ini, peneliti meneliti kelayakan usaha pedagang kecil (warung) dengan keberadaan minimarket.

3. Alfian dengan judul ancaman kelangsungan pendapatan usaha warung tradisional di tengah banyaknya toko minimarket modern. Perbedaan antara peneliti tersebut dengan penelitian, peneliti yang akan dilakukan terletak pada subjek penelitian. Penelitian diatas lebih menekankan pada pendapatan usaha namun pada penelitian ini, menekan pada kelayakan usaha.
4. Perbedaan penelitian Rini Arnisyah dengan penelitian ini adalah dalam skripsi Rini Arnisyah mengangkat judul “Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong (Studi Kasus di Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat)” membahas mengenai dampak keberadaan minimarket terhadap kelangsungan usaha toko kelontong, sedangkan peneliti mengangkat judul “Analisis Kelayakan Usaha Pada Pedagang Kecil Dengan Keberadaan Minimarket di Rantauprapat.” Adapun persamaannya adalah sama-sama membahas mengenai minimarket.
5. Perbedaan peneliti Ida Suwarni dengan peneliti ini adalah dalam skripsi Ida Suwarni mengangkat judul “Pengaruh Berkembangnya Keberadaan Alfamart/Indomaret Terhadap Pendapatan Warung Kecil

Di Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah” membahas tentang pengaruh berkembangnya keberadaan Alfamart/Indomaret terhadap pendapatan warung kecil, sedangkan peneliti mengangkat judul “ Analisis Kelayakan Usaha Pada Pedagang Kecil (warung) Dengan Keberadaan Minimarket di Rantauprapat.” Membahas mengenai kelayakan usaha pada pedagang kecil (warung) dengan keberadaan minimarket. Adapun persamaannya adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian dan Waktu

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilaksanakan di Kecamatan Rantau Selatan, Kabupaten Labuhanbatu yang bertempat di Rantauprapat, pemilihan tempat ini didasarkan karena pada wilayah tersebut sudah banyak didirikan minimarket. Waktu penelitian ini mulai berlangsung pada bulan Juni sampai dengan November 2023.

B. Jenis dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang dilakukan dengan penelitian lapangan. Penelitian kualitatif deskriptif, yaitu Penelitian bertujuan untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian dijelaskan dalam kata-kata dan bentuk bahasa dalam konteks khusus yang alamiah dengan menggunakan berbagai metode ilmiah. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan yang sifatnya umum dan kenyataan sosial dari perspektif partisipan.¹

Mengingat topik yang dibahas peneliti adalah mengenai analisis kelayakan usaha pada pedagang kecil (warung) dengan keberadaan minimarket disekitarnya dengan menggambarkan keadaan fakta yang ada pada objek penelitian sebagaimana semestinya. Sehingga dalam penelitian,

¹ Rosadi Ruslan. Metode Penelitian (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 212.

penulis lebih condong menggunakan bentuk penelitian dengan pendekatan deskriptif.

C. Unit Analisis / Subjek Penelitian Unit

Unit analisis dalam penelitian adalah unit khusus dihitung sebagai subjek penelitian. Unit analisis untuk menjaga efektivitas dan realibilitas. Unit analisis penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, objek, area dan waktu spesifik tergantung pada fokus masalah.¹ Jadi subjek penelitian penulis adalah pemimpin/pemilik usaha pedagang kecil (warung) dan staff/karyawan minimarket di rantauprapat.

D. Sumber Data

Data adalah informasi yang dicatat berdasarkan bukti kesesuaian; bahan-bahan yang digunakan sebagai bahan dukungan penelitian.²Sumber data peneliti dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang biasa dilakukan peneliti.³ Untuk menjawab pertanyaan penelitian, dalam penelitian ini peneliti memperoleh sumber data primer dari

¹ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 143.

² Nur Asnawi dan Masyhuri, *Op. Cit.*, hlm. 153.

³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 6.

pedagang kecil (warung) dan beberapa dari kasir minimarket seperti minimarket Raja Pas, alfamidi/indomaret di kecamatan rantau selatan. Dengan menggunakan teknik *deep interview*.⁴ Data primer atau wawancara di kecamatan rantau selatan yaitu dengan 5 pemilik usaha warung dan 1 staff/karyawan minimarket.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah bahan-bahan atau data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer. Data sekunder merupakan data yang dijadikan sebagai bahan pendukung dari penelitian dan hasil penelitian. Artinya data sekunder ini diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada.⁵ Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari informasi yang berkaitan dengan penelitian, seperti buku-buku, jurnal, skripsi, yang ada kaitannya dengan analisis kelayakan usaha pada pedagang kecil(warung) dengan keberadaan minimarket di rantauprapat di kecamatan rantau selatan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapat data. Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan

⁴ Husain, *Metode Penelitian Edisi Kedua* (Jakarta: PT Raja Grafindo Pustaka, 2009), hlm. 42.

⁵ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disetasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm.155

data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Umumnya cara mengumpulkan data dapat menggunakan teknik: wawancara (*interview*), angket (*questionnaire*), pengamatan (*observation*), studi dokumentasi, dan *Focus Group Discussion* (FGD).⁶ Dari ke lima sumber data tersebut, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:⁷

1. Wawancara Semi Terstruktur

Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang di ajak wawancara dimintai pendapatnya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan suatu informasi maka peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur untuk mewawancarai responden yaitu dengan 5 pemilik usaha warung (Warung Wijaya), (Warung Tanjung), (Warung Wak Iyem), (Warung Bunda), (Warung Kita), dan 1 staff/karyawan minimarket (Dini).

⁶ Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, hlm. 138.

⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), hlm.

Wawancara semi terstruktur di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang di ajak wawancara dimintai pendapatnya, dan ide-idenya. Sedangkan narasumber diberi kebebasan dalam memberikan jawaban. Metode wawancara ini digunakan untuk mendapatkan data tentang proses pelaksanaan penelitian ini dan untuk mendapatkan informasi tentang kelayakan usaha pada pedagang kecil (warung) dengan keberadaan minimarket di rantauprapat.

2. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. jenisnya dibagi menjadi 2 bagian, yaitu observasi langsung dan observasi tidak langsung.⁸ Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis observasi secara langsung, yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung di warung dan minimarket di Kecamatan Rantau Selatan yang berada di Rantauprapat. Dalam pelaksanaan observasi menggunakan :

- a. Observasi partisipatif, peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

⁸ Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan*, hlm. 173.

Sedangkan, dari segi instrumentasi, ialah :

- a. Observasi terstruktur, observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan di mana tempatnya⁹

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pelaksanaan observasi secara partisipasi karena peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati. Sedangkan secara instrumentasi peneliti melakukan observasi secara terstruktur karena peneliti membuat pedoman observasi sebelum melakukan observasi di lapangan. Tujuan dari pelaksanaan observasi adalah untuk memperoleh informasi dan data baik mengenai kondisi fisik dan non fisik.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder.¹⁰ Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbagai literatur-literatur baik dalam buku, media massa, maupun jurnal ilmiah yang relevan dengan tujuan penelitian. Serta dokumen-dokumen tambahan seperti data dari Kecamatan Rantau Selatan. Data kecamatan ini terdiri dari data dari pedagang kecil (warung) dan minimarket yang di bangun di wilayah Kecamatan Rantau Selatan.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, hlm. 205.

¹⁰ Husaini Usman and Purnomo Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial, Cet. 6* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm. 73.

F. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.¹¹

Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan.

1. Uji Kredibilitas

Dalam penelitian kualitatif, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member check*.

Namun, dalam penelitian ini hanya menggunakan beberapa cara yang dilakukan untuk menguji kepercayaan data hasil penelitian sebagai berikut:

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Untuk menguji kredibilitas data tentang “Analisis Kelayakan Usaha pada Pedagang Kecil (Warung) dengan Keberadaan Minimarket di

¹¹ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 270.

Rantauprapat ” maka pengumpulan dan pengujian data dilakukan kepada pedagang kecil (warung) dan Staff/Karyawan minimarket yaitu Indomaret. Data dari kedua sumber tersebut akan dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari kedua sumber data tersebut.

2) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Yaitu teknik observasi, wawancara dan dokumen pendukung terhadap informan.

3) Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Untuk itu dalam penyusunan laporan, peneliti menyertakan foto atau dokumen autentik sehingga hasil penelitian menjadi lebih dapat dipercaya.

G. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Analisis data merupakan upaya yang dilaksanakan dengan cara bekerja dengan data menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini merupakan metode analisis kualitatif

lapangan. Kualitatif ialah prosedur Penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan dari tingkah laku yang di observasi dari manusia.¹²

Ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif, yaitu:¹³

1. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi dan pentransformasian “data mentah” yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis.

2. Model Data (*Data Display*)

Langkah utama kedua dari kegiatan analisis data ialah model data. Kita mendefinisikan “model” sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang memperbolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling sering dari model data kualitatif selama ini adalah teks naratif.

3. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan

Langkah ketiga dari aktivitas analisis adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif

¹² Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan, Cet. 1*, hlm. 198.

¹³ Miles M.B and A.M Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang MetodeMetode Baru* (Jakarta: UI Press, 1992), hlm. 21–23.

mulai memutuskan apakah makna sesuatu. Mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi, yang mungkin, alur kausal, dan proporsi proporsi.¹⁴

Penelitian dengan berfikir induktif, peneliti dapat melihat permasalahan yang terjadi mengenai kelayakan usaha pada pedagang kecil (warung) dengan keberadaan minimarket tersebut untuk diambil kesimpulan secara umum. Hal ini dapat diketahui setelah peneliti mendapatkan informasi data yang diperlukan dari masyarakat dengan peneliti ini. Kemudian peneliti mendapat kesimpulan mengenai kelayakan usaha pada pedagang kecil (warung) dengan keberadaan minimarket .

¹⁴ Emzir, *Metodologi Penelitian Analisis Data* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 129–33.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

1. Gambaran Umum

a. Sejarah Rantau Prapat

Pada awalnya wilayah kecamatan Rantau merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Bilah Hulu. Pada waktu kecamatan Rantau Selatan masih menjadi bagian dari kecamatan Bilah Hulu, wilayah ini hanya merupakan tiga buah desa yang jaraknya sangat dekat dengan kota Rantauprapat. Tiga desa ini yaitu Rantauprapat, Padang Matinggi dan Silandorong berada dipinggir kota Rantauprapat. Seiring dengan pertumbuhan penduduk kota Rantauprapat, maka banyak penduduk yang bekerja ke kota Rantauprapat dan bertempat tinggal di ketiga desa ini, sehingga desa ini semakin lama semakin ramai. Menyebabkan penduduk pun meningkat dengan pesat. Akhirnya daerah ini sudah merupakan bagian yang tidak terpisahkan lagi dengan kota Rantauprapat, walaupun secara administratif masih merupakan wilayah dari kecamatan Bilah Hulu.

Perkembangan ini juga ditunjang oleh kebijaksanaan pemerintah kabupaten Labuhan Batu yang cenderung memperluas kota Rantauprapat sebelah utara. Perluasan kota sebelah utara ini sangat dimungkinkan, karena topografi daerahnya yang merupakan dataran rendah. Sehingga sangat

cocok untuk dijadikan pemukiman ataupun untuk mendirikan berbagai fasilitas umum.

Rantauprapat adalah sebuah Kecamatan yang berada di Kabupaten Labuhanbatu, provinsi Sumatra Utara, Indonesia. Sebelumnya, bersama dengan kecamatan Rantau Selatan, merupakan bagian dari Kota Administratif Rantauprapat. Di kecamatan ini terdapat 2 Sekolah Menengah Atas yaitu SMA Negeri 1 Rantau Selatan di kelurahan Pardamean dan SMA Negeri 2 Rantau Selatan di kelurahan Sioldengan. Pada tahun 2021, jumlah penduduk kecamatan ini sebanyak 75.395 jiwa, dengan kepadatan 1.172 jiwa/km.

Kecamatan Rantau Selatan terdiri dari 9 kelurahan, yakni:

- Kelurahan Bakaran Batu
- Kelurahan Danobale
- Kelurahan Lobu Sona
- Kelurahan Perdamean
- Kelurahan Sidorejo
- Kelurahan Sigambal
- Kelurahan Sioldengan
- Kelurahan Ujung Bandar
- Kelurahan Urung Kompas

Demikian sejarah singkat dari berdirinya kecamatan Rantau Selatan. Sehingga pada saat ini Rantauprapat sudah merupakan bagian yang tidak terpisahkan lagi dengan kota Administratif Rantauprapat. Karena

dikecamatan ini pada saat sekarang ini sudah banyak berdiri berbagai instansi pemerintah maupun swasta. Demikian juga dengan berbagai fasilitas umum yang menunjang keberadaan kota Rantauprapat, dan wilayah yang merupan gabungan dari tiga desa ini, lebih menonjol cirri-cirinya sebagai daerah urban (perkotaan) dibandingkan dengan daerah pedesaan saat ini.

b. Letak dan kondisi Lingkungan Alam Kota Rantauprapat

Kecamatan Rantau merupakan salah satu kecamatan dari 22 buah kecamatan yang ada di kabupaten Daerah Tingkat II Labuhan Batu. Di kecamatan ini terletak ibukota kabupaten Labuhan Batu yaitu Rantauprapat. Jarak kecamatan ke ibukota kabupaten adalah 0 kilometer, yang dapat ditempuh dalam enam jam perjalanan dengan mempergunakan angkutan darat yaitu bus umum maupun kereta api.

Adapun batas-batas Rantauprapat adalah sebagai berikut

Sebelah Utara berbatasan dengan kecamatan Bilah Hulu

Sebelah Selatan berbatasan dengan kecamatan Rantau Selatan

Sebelah Timur berbatasan dengan kecamatan Bilah Hulu

Sebelah Barat berbatasan dengan kecamatan Rantau Selatan

Tinggi Rantauprapat 0-2151 dari permukaan air laut, suhu udara cukup panas, karena letaknya yang berada pada dataran rendah. Suhu maksimum dapat mencapai 34°C, sedangkan suhu minimum 25°C. Jumlah hari dengan curah hujan yang terbanyak mencapai 62 hari setahun. Biasanya musim penghujan terjadi pada bulan September sampai Desember.

Topografi tanahnya rata-rata datar sampai berombak, jumlahnya mencapai 83% dari luas wilayah kecamatan. Berombak sampai berbukit 12% dari keseluruhan wilayah, sedangkan yang berbukit dan bergunung hanya 5 %. Dengan demikian sebagian besar topografi tanahnya adalah tanah datar, sehingga sangat cocok untuk dijadikan lokasi perkebunan terutama kebun kelapa sawit. Luas daerah kecamatan Rantau prapat mencapai 112,47 Km². Sebagian besar wilayah ini adalah untuk pemukiman penduduk. Tanah yang digunakan untuk pemukiman ini mencapai 41,61 Km² atau 36,99 % dari keseluruhan wilayah. Penggunaan tanah lainnya adalah untuk perkebunan negara, perkebunan swasta, perkebunan rakyat, perladangan penduduk, persawahan, rawa-rawa, lapangan olahraga, serta tanah wakaf atau perkuburan, yang pembagian tanahnya dibagi atas tanah kering 45,86 Km² atau 40,78 %, tanah sawah 8,23 Km² atau 7,45 %, serta lain-lainnya 16,62 Km² atau 14,78 %.

Sebagian besar lahan-lahan yang tersedia dipergunakan untuk pemukiman penduduk. Hal ini terjadi karena kecamatan Rantau Selatan merupakan daerah perkotaan yang sedang berkembang dan mulai padat penduduknya. Selain itu ada juga terdapat perkebunan negara dan swasta. Umumnya area ini ditanami kelapa sawit. Sedangkan untuk perkebunan rakyat, persawahan, perladangan, lahan yang tersedia sangat sempit. Sehingga ini memberikan penafsiran kepada kita bahwa di kecamatan Rantau Selatan sangat sedikit penduduknya yang mata pencahariannya petani. Kecamatan ini dipimpin oleh seorang camat yang bertanggung jawab langsung kepada Bupati Kepala Daerah Tingkat II Labuhan

Batu. Karena kecamatan Rantau Selatan merupakan wilayah dari kota administratif Rantauprapat, maka unit pemerintahan yang terkecil adalah kelurahan. Masing-masing kelurahan dikepalai oleh seorang lurah. Lurah bertanggung jawab kepada camat kecamatan Rantau Selatan. Kantor camat ini memiliki luas tanah 670m² dengan luas bangunan 600m². Dari gedung inilah keseluruhan jalannya pemerintahan di kecamatan Rantau Selatan diatur dalam kesehariannya.

c. Visi Misi

Rantauprapat merupakan salah satu kecamatan yang ada di Rantau Selatan dan merupakan ibu kota kabupaten labuhanbatu, adapun visi misi dari kabupaten labuhanbatu adalah;

1. VISI

Labuhanbatu Sejahtera dan Bermartabat

2. MISI

- a) Mewujudkan masyarakat Labuhanbatu yang bermartabat dalam kehidupan yang beriman dan bertaqwa, tersedianya sandang pangan, rumah yang layak, pendidikan yang baik, kesehatan yang prima, mata pencaharian yang menyenangkan, serta harga-harga yang terjangkau dan pendidikan yang gratis.
- b) Mewujudkan pelayanan kesehatan yang bermutu, terjamin/assurance, terjangkau, merata dan berkeadilan.

- c) Mewujudkan Labuhanbatu dalam pemerintahan yang bersih dan bebas dari KKN.
- d) Mewujudkan Labuhanbatu yang bermartabat dalam peningkatan kualitas pendidikan.
- e) Menciptakan perekonomian yang kuat untuk menjamin pemerataan kesejahteraan masyarakat melalui Perluasan Lapangan Kerja, peningkatan kuantitas dan kualitas produksi pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan, penguatan lembaga keuangan dan koperasi serta pengembangan potensi kawasan wisata.
- f) Menciptakan sinergi pembangunan di bidang infrastruktur, pengendalian ruang yang berwawasan lingkungan hidup.¹

d. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan penduduk Kecamatan Rantau Selatan sangat rendah. Hal ini terlihat dari banyaknya pendudu usia 7 – 12 tahun yang tidak sekolah sebanyak jumlah 18.496 jiwa. Begitu juga dengan penduduk yang berusia 13 – 19 tahun banyak yang tidak bersekolah sebanyak 15.952 jiwa.

e. Tingkat pekerjaan

Pada bagian komposisi penduduk menurut tingkat umur telah disebutkan bahwa jumlah angkatan kerja di Kecamatan Rantau Selatan mencapai 42.486 jiwa. Tetapi dari keseluruhan jumlah tersebut tidak semuanya

¹ <https://labuhanbatukab.go.id/index.php/pemerintahan/visi-misi> diakses hari kamis, tanggal 25 desember 2023. Pukul 14.30 WIB

mendapat kesempatan untuk bekerja. Sebagian diantaranya tidak bekerja. Jumlah penduduk yang bekerja dari angkatan kerja tersebut adalah mencapai 11.467 jiwa atau sedikit lebih banyak dari yang tidak bekerja. Ketidakbekerjaan penduduk yang berada pada angkatan kerja ini disebabkan oleh beberapa hal. Sebagian diantaranya karena masih menempuh pendidikan, terutama untuk murid-murid pada tingkat SLTA. Sebagian lainnya karena menjadi ibu rumah tangga, serta ada juga penduduk yang menganggur karena tidak ada tersedia lapangan pekerjaan. Dari ke 11.467 jiwa penduduk yang bekerja tersebut, mereka bekerja diberbagai sector kehidupan.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Kelayakan usaha adalah suatu penyelidikan yang mendalam atas suatu rangkaian kegiatan yang dilaksanakan dalam waktu yang akan datang, sehingga dapat diketahui kewajaran dan manfaatnya. Adapun pengertian kelayakan usaha menurut pendapat para ahli yaitu suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.²

1. Analisis Kelayakan Usaha pada Pedagang Kecil (Warung) dengan Keberadaan Minimarket di Rantauprapat

Kelayakan usaha merupakan suatu kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat (benefit) yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu

² Reza Nurul Ikhsan, Lukman Nasution, Sarman Sinaga. "Studi Kelayakan Bisnis" (*Bussiness Feasibility Study*) (Medan: CV. MANHAJI 2 0 1 9) hlm. 3

kegiatan usaha atau proyek. Adapun aspek yang perlu diperhatikan dalam studi kelayakan usaha pada penelitian yang dilakukan kali ini adalah menilai pendapatan kelayakan usaha tersebut.

a. Analisis Kelayakan Usaha Pedagang Kecil (warung)

Biaya tetap (fixed cost) yakni biaya yang dikeluarkan yang bersifat tetap atau sama jumlahnya. Menurut Anitu biaya tetap merupakan biaya yang dikeluarkan dengan jumlah relatif tetap tidak tergantung pada jumlah produksi yang dihasilkan, sedangkan Biaya variable (variable cost) adalah biaya yang dikeluarkan dengan besar sesuai banyak barang yang di produksi.³ Berikut tabel dari Analisis Pendapatan Pedagang Kecil (warung) di Rantauprapat.

Tabel 2. Analisis Pendapatan Pedagang Kecil (warung) di Rantauprapat

No	Nama Warung	Penerimaan (modal)	Total Biaya (Fc+Vc)	Pendapatan	R/C	Tahun
1.	Warung Wijaya	Rp. 4.000.000	Rp. 5.400.000	Rp. -1.400.000	0,74	2020-2023
2.	Warung Tanjung	Rp. 5.000.000	Rp. 4.200.000	Rp. 800.000	1,19	2021-2023
3.	Warung Wak Iyem	Rp. 4.150.000	Rp. 5.200.000	Rp. -1.050.000	0,79	2021-2023
4.	Warung Bunda	Rp. 4.200.000	Rp. 5.100.000	Rp. -900.000	0,82	2022-2023
5.	Warung Kita	Rp. 4.100.000	Rp. 5.350.000	Rp. -1.250.000	0,76	2020-2023

Sumber : hasil wawancara pedagang kecil (warung) di kecamatan Rantau Selatan. November 2023

Dalam tabel diatas, pada Warung Wijaya biaya variabel dalam penelitian ini terdiri atas biaya produk yang tidak terjual, transportasi, modal

³ Anitu, I., Widyantari, I. N., & Widiastuti, M. M. D. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Gula Kelapa di Kampung Kumbe, Distrik Malind Kabupaten Merauke. *Agricola*, 7(1), hlm 34–43.

barang jualan, dan kantong plastik, sedangkan biaya tetap terdiri atas beban listrik dan air, beban gaji karyawan, beban sewa, peralatan, inilah total biaya selama satu bulan. Total biaya adalah penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan selama usaha. Seluruh total biaya yang dikeluarkan Warung Wijaya selama satu bulan yaitu Rp 5.400.000. Dengan biaya penerimaan sebesar Rp 4.000.000. Pendapatan usaha adalah selisih penerimaan dengan seluruh total biaya. Pendapatan yang diterima pada Warung Wijaya selama satu bulan adalah lebih kecil dari total biaya yang dikeluarkan yaitu minus Rp -1.400.000 maka berarti warung mengalami kerugian disetiap bulannya maka warung tidak layak untuk diusahakan.⁴

Pada warung Tanjung biaya variabel dalam penelitian ini terdiri atas biaya, transportasi, modal barang jualan, dan kantong plastik, sedangkan biaya tetap terdiri atas beban listrik dan air, beban sewa dan peralatan, inilah total biaya selama satu bulan. Seluruh total biaya yang dikeluarkan warung tanjung selama satu bulan yaitu Rp 4.200.000. Dengan biaya penerimaan sebesar Rp 5.000.000. Pendapatan yang diterima pada warung tanjung selama satu bulan adalah lebih besar dari total biaya yang dikeluarkan, dan didapat pendapatan yaitu Rp 800.000.⁵

⁴ Warung Wijaya, pedagang kecil (warung), wawancara, (Rantauprapat, 6 november 2023. Pukul 10.45 WIB)

⁵ Warung Tanjung, pedagang kecil (warung), wawancara, (Rantauprapat, 7 november 2023. Pukul 14.05 WIB)

Pada warung Wak Iyem Biaya variabel dalam penelitian ini terdiri atas biaya produk yang tidak terjual, transportasi, modal barang jualan, dan kantong plastik, sedangkan biaya tetap terdiri atas beban listrik dan air, beban gaji karyawan, beban sewa, serta peralatan, inilah total biaya selama satu bulan. Seluruh total biaya yang dikeluarkan warung wak iyem selama satu bulan yaitu Rp 5.200.000. Dengan biaya penerimaan sebesar Rp 4.150.000. Pendapatan yang diterima pada warung wak iyem selama satu bulan adalah lebih kecil dari total biaya yang dikeluarkan yaitu minus Rp -1.050.000.⁶

Pada warung Bunda Biaya variabel dalam penelitian ini terdiri atas biaya produk yang tidak terjual, transportasi, modal barang jualan, dan kantong plastik, sedangkan biaya tetap terdiri atas beban listrik dan air, beban gaji karyawan, beban tukang sampah, serta peralatan, inilah total biaya selama satu bulan. Seluruh total biaya yang dikeluarkan warung Bunda selama satu bulan yaitu Rp 5.100.000. Dengan biaya penerimaan sebesar Rp 4.200.000. Pendapatan yang diterima pada warung bunda selama satu bulan adalah lebih kecil dari total biaya yang dikeluarkan yaitu minus Rp -900.000.⁷

Pada warung Kita Biaya variabel dalam penelitian ini terdiri atas biaya produk yang tidak terjual, transportasi, modal barang jualan, dan kantong plastik, sedangkan biaya tetap terdiri atas beban listrik dan air, beban gaji

⁶Warung Wak Iyem, pedagang kecil (warung), wawancara, (Rantauprapat, 8 november 2023. Pukul 13.42 WIB)

⁷Warung Bunda, pedagang kecil (warung), wawancara,(Rantauprapat, 9 November 2023. Pukul 10.32)

karyawan, beban tukang sampah, serta peralatan, inilah total biaya selama satu bulan. Seluruh total biaya yang dikeluarkan warung kita selama satu bulan yaitu Rp 5.350.000. Dengan biaya penerimaan sebesar Rp 4.100.000. Pendapatan yang diterima pada warung bunda selama satu bulan adalah lebih kecil dari total biaya yang dikeluarkan yaitu minus Rp -1.250.000.⁸

Maka dari tabel dapat disimpulkan bahwa dari 5 informan yang diteliti, empat diantaranya mengalami kerugian pendapatan sedangkan satu informan tidak mengalami kerugian dan mendapat keuntungan yang sama seperti biasanya.

Besar kecil pendapatan yang diperoleh pedagang kecil (warung) sangat dipengaruhi oleh hasil penjualan, dan biaya yang dikeluarkan. Semakin besar hasil omset penjualan dan total biaya yang dikeluarkan semakin kecil maka pendapatan yang diperoleh akan semakin besar.

b. Kelayakan Usaha

Revenue Cost R/C Ratio merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya, apabila dirumuskan:

$$R/C = \text{Penerimaan (Rp)}/\text{Biaya (Rp)}$$

Penerimaan yang diterima oleh Warung Wijaya adalah Rp. 4.000.000 dengan total biaya sebesar Rp. 5.400.000. Sehingga R/C yang diperoleh adalah sebesar Rp. 0.74 karena R/C nya lebih kecil dari 1 maka setiap biaya yang

⁸ Warung Kita, pedagang kecil (warung), wawancara, (Rantauprapat, 11 november 2023. Pukul 16.01)

dikeluarkan pedagang sebanyak Rp. 1.000 akan memperoleh kerugian sebesar Rp. 0.740 maka usaha Warung wijaya tidak layak untuk diusahakan, karena biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutupi biaya akan mengakibatkan kerugian. Hasil tersebut menggambarkan bahwa usaha yang dijalankan oleh para pedagang tersebut tidak bisa dikatakan layak untuk dilanjutkan dan dijalankan kembali karena berbeda dengan sebelum adanya minimarket, warung masih mengalami keuntungan dikarenakan konsumen masih banyak berbelanja di warung serta produk masih laku, sedangkan setelah adanya minimarket, konsumen berkurang serta produk yang ada di warung dengan jenis yang sama dengan produk minimarket menjadi tidak terjual dan mengalami kerugian, sehingga membuat warung tidak layak diusahakan.

Penerimaan yang diterima oleh Warung Tanjung adalah Rp. 4.800.000 dengan total biaya sebesar Rp. 4.200.000. Sehingga R/C yang diperoleh adalah sebesar Rp. 1,19 karena R/C nya lebih besar dari 1, artinya warung layak diusahakan karena keberadaan minimarket tidak membuat pengaruh apapun terhadap warung artinya warung tidak mengalami kerugian apapun dan juga mendapat keuntungan yang sama disetiap bulannya, dikarenakan masih banyak masyarakat sekitar warung yang masih berbelanja diwarung sebab lingkungan sekitar warung rata rata memiliki perekonomian menengah kebawah yang masih suka berbelanja diwarung maka warung tanjung layak untuk diusahakan.

Penerimaan yang diterima oleh Warung Wak Iyem adalah Rp. 4.250.000 dengan total biaya sebesar Rp. 5.200.000. Sehingga R/C yang diperoleh adalah sebesar Rp. 0,79 karena R/C nya lebih kecil dari 1, artinya warung tidak layak diusahakan dikarenakan turun drastis nya jumlah konsumen yang berbelanja di warung setelah berdirinya minimarket disekitar warung, membuat produk di warung banyak tidak terjual artinya warung mengalami kerugian disetiap bulannya maka warung tidak layak untuk diusahakan.

Penerimaan yang diterima oleh Warung Bunda adalah Rp. 4.500.000 dengan total biaya sebesar Rp. 5.100.000. Sehingga R/C yang diperoleh adalah sebesar Rp. 0,82 karena R/C nya lebih kecil dari 1, artinya warung tidak layak diusahakan dikarenakan turun drastis nya jumlah konsumen yang berbelanja di warung setelah berdirinya minimarket disekitar warung, membuat produk di warung banyak tidak terjual artinya warung mengalami kerugian disetiap bulannya maka warung tidak layak untuk diusahakan.

Penerimaan yang diterima oleh Warung Kita adalah Rp. 4.100.000 dengan total biaya sebesar Rp. 5.350.000. Sehingga R/C yang diperoleh adalah sebesar Rp. 0,76 karena R/C nya lebih kecil dari 1, artinya warung tidak layak diusahakan dikarenakan warung mengalami kesepian konsumen dan pelanggan yang biasa berbelanja di warung sebab konsumen telah berpindah berbelanja di minimarket, dikarenakan minimarket sering mengadakan promosi barang serta diskon terhadap produk, sehingga membuat konsumen tertarik berbelanja di minimarket yang membuat warung kehilangan konsumen dan pelanggannya

yang artinya warung mengalami kerugian disetiap bulannya maka warung tidak layak untuk diusahakan.

Maka artinya kelayakan usaha menurut perhitungan R/C dari 5 warung yang diteliti hanya 1 warung yang layak diusahakan dan dilanjutkan sedangkan 4 warung diantaranya tidak layak diusahakan dan dilanjutkan.

2. Analisis Faktor Dan Dampak Dari Keberadaan Minimarket terhadap Omset Penjualan Pada Pedagang Kecil (warung) di Rantauprapat

Omset adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama masa jual. Meningkatkan omset penjualan adalah tantangan besar bagi para pelaku usaha karena sukses atau tidaknya suatu usaha sangat ditentukan oleh seberapa banyak produk yang laku dijual. Untuk itu, diperlukan strategi khusus dalam pencapaiannya.⁹

Menurut Sulistiyowati dalam penelitiannya menyatakan bahwa minimarket terhadap Warung tradisional akan berpengaruh terhadap modal, pola kegiatan usaha, omset penjualan, konsumen, dan pendapatan. Sebuah faktor yang dapat menjadi keuntungan besar atau kerugian untuk sebuah bisnis minimarket adalah popularitas merk nasional yang mewakili. Beberapa kelemahan utama bisnis minimarket adalah pembatasan yang ditempatkan pada usaha individu¹⁰. Minimarket diwajibkan untuk hanya menjual produk-produk tertentu dan pada harga tertentu, dan hanya menggunakan dekorasi tertentu.

⁹ Winardi. Manajemen Perilaku Organisasi.(Yogyakarta : Kencana Prada. 2004), hlm. 219

¹⁰ Wiwik Sulistiyowati, "Analisis Kelayakan Usaha" JawaTimur: UMPAS Press :2019

Faktor yang akan menentukan jumlah omset yang didapatkan antara pedagang kecil (Warung) dan minimarket dalam jangka panjang adalah banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa munculnya minimarket membawa dampak buruk bagi para pedagang kecil, khususnya dari omset penjualan. Tren berbelanja warga rantauprapat saat ini adalah belanja di minimarket, hal ini didasarkan karena minimarket mempunyai fasilitas produk yang baik serta produk yang lengkap sehingga warga tidak perlu mencari di toko-toko lain sehingga hal ini menurunkan omset penjualan pada pedagang kecil (warung) di Rantau prapat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel penurunan omset para pedagang kecil (warung) di Rantau prapat sebagai dampak dari Keberadaan Minimarket berikut ini:

Tabel 3.

Faktor Dan Dampak Dari Keberadaan Minimarket terhadap Omset Penjualan Pada Pedagang Kecil (warung) di Rantau prapat

No	Nama Warung	Omset per bulan Sebelum Keberadaan Minimarket	Omset per bulan Setelah Keberadaan Minimarket	Tahun
1	Warung Wijaya	Rp. 42.000.000	Rp. 35.700.000	2020-2023
2	Warung Tanjung	Rp. 70.000.000	Rp. 77.000.000	2021-2023
3	Warung Wak Iyem	Rp. 56.000.000	Rp. 48.720.000	2021-2023
4	Warung Bunda	Rp. 61.600.000	Rp. 55.440.000	2022-2023
5	Warung Kita	Rp. 50.400.000	Rp. 45.360.000	2020-2023

Sumber: Hasil wawancara pedagang kecil (warung) di kecamatan Rantau Selatan November 2023.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa akibat dampak dari keberadaan minimarket terhadap Omset Penjualan Pada Pedagang Kecil

(warung) di Rantauprapat dari lima warung yang telah diteliti dan diwawancarai, Satu warung mengatakan tidak mengalami kerugian, dan mendapat kan keuntungan yang sama seperti biasanya. artinya tidak ada pengaruh atau dampak terhadap keberadaan minimarket tersebut dikarenakan masyarakat sekitar warung memiliki perekonomian menengah kebawah, dan warung tersebut juga memiliki kelengkapan yang lumayan lengkap dibanding warung lainnya dan biasanya sifat nya warung dapat menukar barang yang sudah dibeli, dan jugak tidak terdapat parkir, serta dengan barang tertentu bisa dibeli dengan jumlah barang satuan sehingga warung tersebut cocok untuk kalangan masyarakat menengah kebawah.

Sedangkan Empat warung diantaranya mengatakan, Dengan keberadaan minimarket di Rantauprapat omset dari pedagang kecil mengalami penurunan, masyarakat lebih memilih berbelanja di minimarket. karena faktor berbagai macam seperti harga, fasilitas yang baik, pelayanan, kenyamanan dan juga varian produk yang baik dan cukup lengkap sehingga memudahkan para masyarakat berbelanja, sehingga produk yang dijual dengan minimarket dan warung dengan jenis yang sama, konsumen langsung membeli ke minimarket dikarenakan keyakinan konsumen terhadap minimarket memiliki produk yang baik dan lengkap, serta juga memiliki fasilitas yang baik dan Di minimarket terkadang konsumen mendapati diskon. lingkungan disekitar warung dan minimarket dapat dikatakan masyarakat mampu, biasanya minimarket memiliki konsumen dari masyarakat kalangan menengah keatas dalam segi perekonomian, oleh karena itu produk yang sama yang berada di warung masih ada yang tidak terjual dan tidak

laku sehingga terjadi penurunan omset, yang artinya produk yang baik dan lengkap bagi keyakinan konsumen menjadikan faktor penyebab penurunan omset bagi pedagang kecil (warung), serta letak warung yang kurang strategis terhadap masyarakat sekitar, yang menjadikan letak strategis juga menjadi faktor penyebab terhadap penurunan omset bagi pedagang kecil (warung). Sehingga menjadikan minimarket sebagai dampak penyebab penurunan omset bagi pedagang kecil (warung) membuat warung tidak layak untuk di usahakan kembali.

Menurut sudut pandang Dini yang bekerja sebagai karyawan di indomaret selama adanya indomaret di Kecamatan Rantau Selatan tepatnya sekitar dua bulan bekerja. Dini mengatakan bahwa cara melayani konsumen supaya konsumen merasa puas yaitu dengan memberikan 3S (Senyum, Sapa, Salam), jika konsumen kesulitan dalam mencari barang yang dibutuhkan, maka kasir akan melayani dan memberitahu tempat barang yang konsumen butuhkan. Kemudian ketika konsumen akan melakukan pembayaran, maka kasir akan menawarkan berbagai produk yang sedang promo, menawarkan pulsa, dan menanyakan kartu indomaret (jika ada).¹¹

Supaya pendapatan tidak menurun maka pihak indomaret mengeluarkan inovasi-inovasi baru. Dengan mengeluarkan baruan produk, sarana promosi (keliling membagi brosur). Bahkan Dini mengatakan jika hari-hari biasa

¹¹ Dini, Staff/karyawan Indomaret, wawancara (Rantauprapat, 09 November 2023. Pukul 17.00 WIB).

pendapatan indomaret perharinya kurang lebihnya mencapai Rp8.000.000,00. Cara mencapai target tersebut pihak indomaret mengeluarkan sarana promosi, dengan keliling membawa brosur tentang produk indomaret yang sedang promo dan manawarkannya ke konsumen. Produk-produk tersebut misalnya seperti sirup (marjan, sirup ABC, dll), roti kaleng (khong guan,), dan lain sebagainya. Dini mengatakan selama ia bekerja di indomaret tidak pernah ada komplain dari konsumen.

Dengan demikian dapat dirangkum dampak dari keberadaan minimarket di Rantaupraptat menyebabkan omset dari pedagang kecil (warung) yang mengalami penurunan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan di Kecamatan Jailolo kabupaten Halmahera Barat yang menunjukkan bahwa ternyata minimarket memiliki dampak yang negatif terhadap warung tradisional disekitarnya. Animo masyarakat sangat besar dalam menyambut model belanja modern tersebut, hal ini mengakibatkan bergesernya kebiasaan konsumen, di mana pada awalnya konsumen berbelanja di warung tradisional sekitar, sekarang berpindah ke minimarket. Pemilik warung tradisional mengeluhkan kerja pemerintah yang terkesan terlalu mudah memberikan izin kepada perusahaan untuk mendirikan minimarket. Para pedagang berharap semoga ke depannya pertumbuhan minimarket di kecamatan Jailolo tidak terjadi lagi, cukup yang sudah ada sekarang saja namun jangan ditambah lagi.¹²

¹²Pramudiana, I. D. Perubahan perilaku konsumtif masyarakat dari pasar tradisional ke pasar modern. *Fakultas Ilmu Administrasi*, Tahun 2017 Vol 1(1), 35–43.

Menurut observasi peneliti melihat antusiasme warga dengan dibukanya minimarket pertama kali sangatlah tinggi, hingga adanya antrian panjang saat pembayaran di kasir. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dalam penelitiannya di Kecamatan Malalayang menyatakan 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 warung tradisional, serta adanya promosi harga diakui oleh pemilik warung tradisional di kecamatan sangat mempengaruhi tren masyarakat dalam menentukan tempat berbelanja.¹³

Persaingan pedagang kecil (warung) dengan minimarket merupakan fenomena yang sudah tak asing lagi, penyebab terjadinya persaingan antara keduanya adalah karena keduanya memiliki kesamaan dalam menjual produk kebutuhan sehari-hari, hanya model pelayanan dan fasilitas yang berbeda. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selpi Yana yang menyatakan bahwa keberadaan minimarket indomaret kaitannya dengan tingkat penghasilan pedagang tradisional di wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan minimarket membawa dampak yang paling dirasakan pedagang tradisional adalah penurunan omset yang signifikan, dengan range penurunan omset antara 25%-60%.

¹³Wibowo, T. A., Rengkung, M., & Mastutie, F. (2015). Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap "Warong" Di Kecamatan Malalayang. *SPASIAL*, 2(2), 114–121.

Sebagian besar mengakui penurunan omset disebabkan karena konsumen saat ini lebih memilih berbelanja ke Indomaret yang memang lebih lengkap sehingga lebih menarik konsumen untuk berbelanja.¹⁴

3. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan. Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan dalam hal waktu, kesempatan, tenaga dan materi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Kesulitan dalam menggali informasi melalui wawancara karena kebanyakan informan tidak punya waktu yang banyak untuk diwawancarai. .
3. Keterbatasan kemampuan dalam pembuatan instrumen penelitian dan analisis pembahasan yang diperoleh.

Dari sekian hambatan yang dihadapi tersebut, peneliti tetap berusaha keras agar penelitian yang dibuat menjadi lebih baik dan memiliki makna. Hingga akhirnya dengan segala usaha dan ikhtiar serta bantuan dari pihak lain skripsi ini dapat terselesaikan.

¹⁴Selpi Yana Br. Ginting. 2018. "Keberadaan Minimarket Alfamart dan Indomaret kaitannya dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan". Jurnal Swarnabhumi Vol.3, No. 1, Agustus 2018.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka adapun hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan yang dilakukan dari hasil data dan informasi yang dikumpulkan di lapangan dari berbagai sumber yang telah dituangkan dalam pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Kelayakan dari usaha pedagang kecil dilihat melalui *Revenue Cost R/C Ratio*, hasil dari penelitian dari Warung Wijaya, Warung Wak Iyem, Warung Bunda, dan Warung Kita memiliki nilai R/C yang kurang dari satu artinya warung tidak layak diusahakan, sedangkan pada Warung Tanjung memiliki nilai R/C yang lebih dari satu yang artinya warung layak diusahakan, dari lima warung yang diteliti hanya satu warung yang tidak mengalami kerugian sedangkan empat warung lainnya mengalami kerugian.
2. Dampak berdirinya minimarket terhadap omset penjualan pedagang kecil (Warung) ialah berdampak negative yaitu turunnya jumlah konsumen yang datang ke pedagang kecil (warung) sehingga berdampak pada pendapatan yang diterima. Hal ini didasarkan karena minimarket mempunyai fasilitas

yang baik serta produk yang lengkap sehingga warga tidak perlu mencari di toko-toko lain.

B. Saran

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan sedikit pandangan kepada berbagai pihak yang berkepentingan, maka penulis memberi saran sebagai berikut:

1. Kepada pemerintah Daerah agar lebih memperhatikan usaha pedagang kecil saat memberikan izin usaha pada pemilik minimarket karena apabila dibiarkan dapat mematikan usaha warga lokal daerah tersebut sehingga membuat usaha menengah kebawah rugi bahkan gulung tikar dan menyebabkan jumlah pengangguran dan kemiskinan meningkat. Sehingga diharapkan pemerintah mengambil keputusan yang bijak terhadap kelangsungan para pedagang kecil (warung) dan minimarket.
2. Kepada pedagang kecil (warung) agar hendaknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan terus melakukan inovasi agar dapat meningkatkan daya saing untuk menarik konsumen. Para pedagang warung kecil juga diharapkan dapat mengatasi permasalahan- permasalahan yang terjadi dalam usahanya agar dapat terus berjalan dengan baik. Perusahaan minimarket harus lebih mementingkan kepentingan sosial agar terwujudnya suatu persaingan yang adil antara pedagang warung tradisional dan minimarket modern.

3. Kepada Masyarakat agar ikut berpartisipasi mensukseskan usaha pedagang kecil menengah kebawah agar terciptanya tingkat perekonomian yang merata bagi seluruh warga rantauprapat.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- AL-Qur'an Surat An-Nisa (4), Ayat 29.
- Dadang Husen Sobana "Studi Kelayakan Bisnis" (Bandung; CV PUSTAKA SETIA:2018)
- Ditya Dodiet, Data dan Metode Pengumpulan Data Penelitian (Surakarta: Poltekkes Kemenkes Surakarta, 2019)
- Firdaus, Pengantar Sistem Ekonomi, (Bandung : Cipta Print, 2006)
- Hadi Hartono, "Mengungkap Rahasia Bisnis Minimarket" (*e-book edition: 2011*)
- Hendri Ma'ruf. Pemasaran Ritel. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005)
- Herman Malono. "Selamatkan Pasar Tradisional". *islamiccollege.jakarta*, (2011)
- Husain, *Metode Penelitian Edisi Kedua* (Jakarta: PT Raja Grafindo Pustaka, 2009)
- Husaini Usman and Purnomo Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial, Cet. 6* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)
- HR. Tirmidzi no.1209, ia berkata: "Hadits hasan, aku tidak mengetahui selain lafadz ini.
- Iqbal Hasan, Analisis Data Penelitian dengan Statistik (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006)
- Koentjaningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1980)
- Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004)
- Nasir Ahmad, MM. "Studi Kelayakan Bisnis" (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)
- Nur Asnawi dan Masyhuri, Op. Cit

- Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan, Cet.* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006)
- Reza Nurul Ikhsan, Lukman Nasution, Sarman Sinaga. “Studi Kelayakan Bisnis” (*Bussiness Feasibility Study*) (Medan: CV. MANHAJI 2019)
- Rosadi Ruslan. *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004)
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2014)
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Septa Hussurur, “Dampak Pertumbuhan Minimarket Terhadap Pedagang Kelontong Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Lampung; *e-book edition*;2020)
- P. Joko Subagiyo. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002)
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.
- Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 “Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern” di dalam pasal 4 ayat 1.
- Philip Kotler dan Kelvin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas. Jilid Pertama. Penerjemah Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2009)
- Philip Kotler and Gary Amstrong, *Principles of Marketing 14th Edition* (USA: Pearson, 2012)
- Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi*. (Yogyakarta : Kencana Prada. 2004)
- Wiwik Sulistiyowati, “Analisis Kelayakan Usaha” (JawaTimur: UMPAS Press :2019)
- Yusuf Qardawi, *Peran nilai dan moral Islam*, (Jakarta: Rabbani Press, 2001)
- Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan*

Sumber Jurnal & Skripsi

- Alfian, "Ancaman Kelangsungan Pendapatan Usaha Warung Tradisional di Tengah Banyaknya Toko Minimarket Modern di Kelurahan Salassa Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara" (Universitas Muhammadiyah Palopo, 2022)
- Anitu, I., Widyantari, I. N., & Widiastuti, M. M. D. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Gula Kelapa di Kampung Kumbe, Distrik Malind Kabupaten Merauke. *Agricola*, 7(1)
- Emaya Kurniawati, Anitiyo Soelistiyono, Teguh Ariefiantoro. "Strategi Bertahan Di Tengah Maraknya Toko Modern" (Studi Kasus pada Toko Tradisional Bu Yuli di Kelurahan Pendrikan Lor Kecamatan Semarang Tengah) (*Majalah Ilmiah*: Vol.16, No.2 April 2018)
- Ida Suwarni, "Pengaruh Berkembangnya Keberadaan Alfamart/Indomaret Terhadap Pendapatan Warung Kecil Di Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah", (institut agama islam negeri (IAIN) Metro"
- Ismilana Roihah, "Analisis Keberadaan Minimarket Terhadap Usaha Kecil Menurut Prespektif Ekonomi Islam Di Desa Wringin Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso" (Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023)
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disetasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013)
- Latifa Suhada Nisa, Siska Fitriyanti, Dewi Siska. "Pengaruh Minimarket Waralaba Terhadap Warung Tradisional Di Kalimantan Selatan" *Jurnal Kebijakan Pembangunan* Volume 16 Nomor 2 (Desember 2021)
- Lilis Sulastri, "Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha"(1 februari 2016)
- Nissa Nurfitriya, Retno Hidayat, *Jurnal Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan Dan Waktu*, Vol. x, No. 6 (Maret-April 2015). Melita Iffah, Fauzul Rizal Sutikno, Nindya Sari. "Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Malang;Tata Kota dan Daerah;2011)
- Melita Iffah, Fauzul Rizal Sutikno, Nindya Sari. "Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Malang;Tata Kota dan Daerah;2011)

- Moniaga Brenda Rapunzel, Vekie A Rumate, Irawaty Maslowan. "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat pendapatan Pada Pemilik Warung Sembako" (Berkala Ilmiah Efisiensi ;2017)
- Muhammad Arham, "Islamic perspectives on marketing", (*Journal of Islamic Marketing*, Vol. 1 Iss: 2, 2010)
- Noor, Metodologi *Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*
- Nurlisa, Suryani, Ismaulina, " Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan warung sembako" (Ekonomi & Ekonomi Syariah;2021)
- Rini Arnisyah, "Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong" (Studi Kasus di Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat), (Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020)
- Riska, "Analisis Motivasi Belanja Konsumen Minimarket dan Warung Kelontong dalam Perspektif Islam" (Makasar;2019)
- Septa Hussurur, "Dampak Pertumbuhan Minimarket Terhadap Pedagang Kelontong Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (Lampung; *e-book edition*;2020)
- T. Syahril Daoed, Muhammad Amri Nasution. "STUDI KELAYAKAN BISNIS (Teori dan Aplikasi Keuangan Dalam Bisnis),(Undhar Press:2021)
- Putri Wahyuni Arnold , Pinondang Nainggolan , Darwin Damanik. "Analisis Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe Di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari" *Jurnal Ekonomi Pembangunan* (vol. 2 No 1 2020)
- Welem Anthonie Bawole. Evelin J. R. Kawung. A. Purwanto "Respons Pemilik Warung Kecil Terhadap Kehadiran Usaha Waralaba Di Kelurahan Tuminting Kecamatan Tuminting Kota Manado"
- Yohanna Meilani Putri, Rica Agatha, Reefadhinta Novta Amelia. "Strategi Bertahannya Warung Kelontong Dalam Gempuran Market Modern" (Sosial Humaniora Dan Pendidikan; (2023)
- Yoga Tantular Rachman, Dendy Syaiful Akbar" Analisis Kiat Toko Tradisional (Warung) Untuk Bertahan Ditengah Maraknya Minimarket (Toko Modern) (Survey Pada Toko Tradisionl Di Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis)

Zumrotul Muhzinat dan Siti Achiria, “Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura,”
Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah 6, no. 2 (Desember 2019)

Sumber Wawancara

Warung Wijaya, pedagang kecil (warung), wawancara, (Rantauprapat, 6 november 2023. Pukul 10.45 WIB)

Warung Tanjung, pedagang kecil (warung), wawancara, (Rantauprapat, 7 november 2023. Pukul 14.05 WIB)

Warung Wak Iyem, pedagang kecil (warung), wawancara, (Rantauprapat, 8 november 2023. Pukul 13.42 WIB)

Warung Bunda, pedagang kecil (warung), wawancara, (Rantauprapat, 9 November 2023. Pukul 10.32)

Warung Kita, pedagang kecil (warung), wawancara, (Rantauprapat, 11 november 2023. Pukul 16.01)

Dini, Staff/karyawan Indomaret, wawancara (Rantauprapat, 09 November 2023. Pukul 17.00 WIB).

Sumber Website

<http://mohammadbahrudin.blogspot.com/2013/11/karakteristik-sistem-penjualanbarang.html>. Diakses hari senin pada tanggal 12 juni 2023. Pukul 12.43

<https://dayintapinasthika.wordpress.com/2011/04/12/usaha-kecil-menengah-ukm/> di akses hari minggu, tanggal 18 juni 2023. Pukul 14:20

<http://www.anneahira.com/sembako.html> di akses hari kamis, tanggal 7 agustus 2023. Pukul 17.13

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Rada Yunita Pulungan
2. NIM : 1940200028
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat/ Tanggal Lahir : Sigambal / 30 Januari 2002
5. Anak Ke : 4 dari 5 bersaudara
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Status : Mahasiswa
8. Agama : Islam
9. Alamat Lengkap : Gg. Taqwa. Link. Tengah
10. Telp. HP : 0822-8405-3257
11. e-mail : radayunita4@gmail.com

II. IDENTITAS ORANGTUA

1. Ayah
 - a. Nama : Mustawa Pulungan
 - b. Pekerjaan : Wiraswasta
 - c. Alamat : Gg. Taqwa. Link. Tengah
 - d. Telp/ HP : 0821-9137-4476

2. Ibu
 - a. Nama : Nurlela Nasution
 - b. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 - c. Alamat : Gg. Taqwa. Link. Tengah
 - d. Telp/ HP : -

III. PENDIDIKAN

1. SDN 09 Rantau Selatan Tamat Tahun 2013
2. SMPN 02 Rantau Selatan Tamat Tahun 2016
3. SMAN 01 Rantau Selatan Tamat Tahun 2019

**PEDOMAN OBSERVASI DAN WAWANCARA
ANALISIS KELAYAKAN USAHA PADA PEDAGANG KECIL
(WARUNG) DENGAN KEBERADAAN MINIMARKET
DI RANTAU PRAPAT**

A . Pedoman Observasi

1. Gambaran umum lokasi penelitian Rantauprapat Kec. Selatan?
2. Jumlah penduduk Rantauprapat Kec.Selatan?
3. Letak geografis dan luas dari Rantauprapat Kec. Selatan?
4. Bagaimana jumlah minimarket di Rantauprapat Kec. Selatan?
5. Jumlah pedagang kecil di Rantauprapat Kec. Selatan?
6. Jenis produk dari pedagang kecil di Rantauprapat Kec. Selatan?
7. Jumlah pendapatan pedagang kecil dalam satu hari di Rantauprapat Kec. Selatan sebelum dan sesudah adanya minimarket di Rantauprapat Kec. Selatan?
8. Jumlah biaya operasional (ongkos usaha) dari pedagang kecil dalam satu bulan di Rantau Prapat Selatan?
9. Jarak antara minimarket dengan pedagang kecil di Rantauprapat Kec. Selatan?
10. Jumlah modal awal pedagang kecil dalam memulai usaha?

B. Wawancara dengan pedagang kecil

1. Bagaimana Aspek pasar dan pemasaran dari pedagang kecil di Rantauprapat Kec.Selatan (dari segi penjualan).
2. Bagaimana kualitas produk dari pedagang kecil di Rantauprapat Kec. Selatan.
3. Bagaimana lokasi pedagang kecil di Rantauprapat Kec. Selatan (dari segi strategis atau tidak).
4. Bagaimana dampak bagi masyarakat pedagang kecil dengan keberadaan minimarket di Rantauprapat Kec. Selatan.
5. Bagaimana kesejahteraan masyarakat pedagang kecil di Rantauprapat Kec. Selatan.
6. Bagaimana modal usaha masyarakat pedagang kecil di Rantauprapat Kec. Selatan.
7. Bagaimana sumber modal usaha masyarakat pedagang kecil di Rantauprapat Kec.Selatan.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Dokumentasi Penelitian



Gambar. 1
Peneliti di Warung Wijaya Rantauprapat



Gambar. 2
Pemilik Warung Wak Iyem menceritakan penurunan omsetnya akibat dari keberadaan minimarket.



Gambar. 3
Peneliti di Warung Bunda Rantauprapat



Gambar. 4
Peneliti bersama pemilik warung kita di Rantauprapat



Gambar 5. Peneliti bersama Staff/Karyawan Minimarket



Gambar. 6
Beberapa minimarket yang menjamur di Rantauprapat



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1267 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2022
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

25 April 2022

Yth. Ibu;

1. Replita : Pembimbing I
2. Rini Hayati Lubis : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Rada Yunita Pulungan
NIM : 1940200028
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Kelayakan Usaha pada Pedagang (Warung) dengan Keberadaan Minimarket di Rantau Prapat.

Untuk itu, diharapkan kepada Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an, Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan


Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

nomor : 5980 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/11/2023
jenis : Biasa
jumlah : 1 berkas
keterangan : Mohon Izin Riset

13 November 2023

Yth; Camat Rantau Selatan Kabupaten Labuhan Batu

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Rada Yunita Pulungan
NIM : 1940200028
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Analisis Kelayakan Usaha pada Pedagang Kecil (Warung) dengan Keberadaan Mini Market di Rantau Prapat**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197190525200604 1 004

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAH KABUPATEN LABUHANBATU
KECAMATAN RANTAU SELATAN

Jalan T.Amir Hamzah No. 99 Rantauprapat Kode Pos : 21415 ☎ (0624) 7671355
e-mail : kecamatanrantauselatan@gmail.com

Rantauprapat, 30 Nopember 2023

Nomor : 070/ 974/Kessos/2023
Sifat : Penting
Aspek : -
Perihal : **Rekomendasi Penelitian**

Kepada Yth :
RADA YUNITA PULUNGAN
Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padang Sidempuan

Tempat

Sehubungan dengan Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padang Sidempuan Nomor : 5988/un.28/G.4c/TL.00/11/2023 perihal Mohon Izin Riset dan Surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Labuhanbatu Nomor : 070/1188/BKBP-III/2023 Tanggal 18 November 2023 perihal Rekomendasi Penelitian, bersama di sampaikan bahwa :

Nama : Rada Yunita Pulungan
Alamat : Gg. Taqwa Linkg. Tengah Kecamatan Rantau Selatan
Pekerjaan : Mahasiswa
Negeri : Indonesia
Tujuan/Tujuan : Penelitian
Waktunya : I (Satu) Bulan

Di setujui untuk melakukan Penelitian dalam rangka penyelesaian Skripsi dengan Judul **"Analisis Kelayakan Usaha Pada Pedagang Kecil (Warung) dengan Keberadaan Mini Market di Rantauprapat"** dengan wilayah penelitian di Kecamatan Rantau Selatan.

Demikian disampaikan untuk di pergunakan sebagaimana mestinya.

An. CAMAT RANTAU SELATAN
SEKCAM

ELLYA HOTMA HARAHAHAP, SE
PENATA TK. I
NIP. 197206221993032001