

**SKRIPSI**

**ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN  
BAGI UMKM DI KOTA BANDA ACEH DALAM  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**



**Disusun Oleh:**

**RAHMAD RAIYAN  
NIM: 180602084**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2023 M/1445 H**

## PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rahmad Raiyan  
NIM : 180602084  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. ***Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
2. ***Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
3. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
4. ***Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
5. ***Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***
- 6.

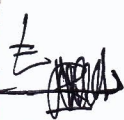
Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat sesungguhnya.

Banda Aceh, 29 Mei 2023

Yang Menyatakan,



  
Rahmad Raiyan

## PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### **Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern Bagi UMKM di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

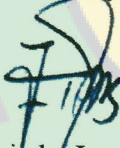
Disusun Oleh:

Rahmad Raiyan

NIM: 180602084

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Pembimbing I



Dr. Fithriady, Lc., M.A  
NIP. 198008122006041004

Pembimbing II

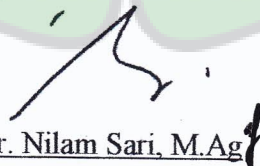


Junia Farma, M.Ag  
NIP: 199206142019032039

جامعة الرانيري

A Mengetahui, I R Y

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP: 1971031720088012007

# PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Rahmad Raiyan  
NIM. 180602084

Dengan Judul:

## “Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern Bagi UMKM di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam”

Telah disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal : Kamis, 13 Juli 2023 M  
24 Dzulhijjah 1445 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Dr. Fithriady, Lc., M.A  
NIP. 198008122006041004

Sekretaris,

Junia Farma, M.Ag  
NIP: 199206142019032039

Penguji I,

Isnaliana, S.H., M.A  
NIP. 2029099003

Penguji II,

Hafidhah, S.E., M.Si., Ak. CA  
NIDN. 2012108203

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Dr. Hafas Furqani, M.Ec  
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-ramiry.ac.id](mailto:library@ar-ramiry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rahmad Raiyan

NIM : 180602084

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Email : 180602084@student-ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah:

Yang berjudul:

**“Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern Bagi UMKM di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam”**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara fulltext untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada Tanggal : 29 Mei 2023

Penulis,

Rahmad Raiyan  
180602084

Mengetahui,  
Pembimbing I,

Dr. Fithriady, Lc., M.A  
NIP. 198008122006041004

Pembimbing II,

Junia Farma, M.Ag  
NIP. 199206142019032039



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji dan syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, sang pencipta alam semesta, manusia dan kehidupan serta seperangkat aturan-Nya. Berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya Peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern Bagi UMKM di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam”** dengan baik. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya. Adapun Peneliti menyadari bahwasanya Penelitian skripsi ini tidak terlepas dari saran, petunjuk, bimbingan dan masukan dari berbagai pihak. Maka dengan segala kerendahan hati, Peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah membantu Peneliti, baik dukungan moril maupun sarana prasarana pembelajaran.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag. dan Ayumiati, SE., M.si. Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang selalu mendukung serta memberikan semangat dalam bidang kecerdasan akademik dan spiritual.
3. Hafizh Maulana, SP,S.HI., M.E selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

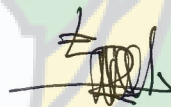
4. Dr. Fithriady, Lc., MA, dan Junia Farma, M.Ag. Dosen Pembimbing I dan Pembimbing II yang selalu memberikan arahan yang terbaik dalam Penelitian skripsi ini dan yang selalu sabar telah meluangkan waktu, untuk memberikan bimbingan, nasehat, dukungan dan ilmu yang dimiliki kepada Peneliti.
5. Hafidhah, S.E.,M.Si.,Ak.,CA. Penasehat Akademik (PA) Peneliti selama menempuh pendidikan di Jurusan Strata 1 Ekonomi Syari'ah, yang sudah menyetujui judul, memberi masukan serta memeberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk Peneliti selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Ekonomi Syari'ah.
6. Seluruh staf dan dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Ekonomi Syariah selama proses belajar mengajar.
7. Terima kasih kepada keluarga tersayang, skripsi ini penulis dedikasikasikan untuk Bunda tercinta yang telah membesarkan tanpa kekurangan suatu apapun, juga kepada Keluarga yang selalu memberikan semangat yang luar biasa.
8. Terima kasih kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan yang selalu mendukung dan berjuang bersama dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis selama proses penyusunan proposal skripisi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam Penelitian skripsi ini masih

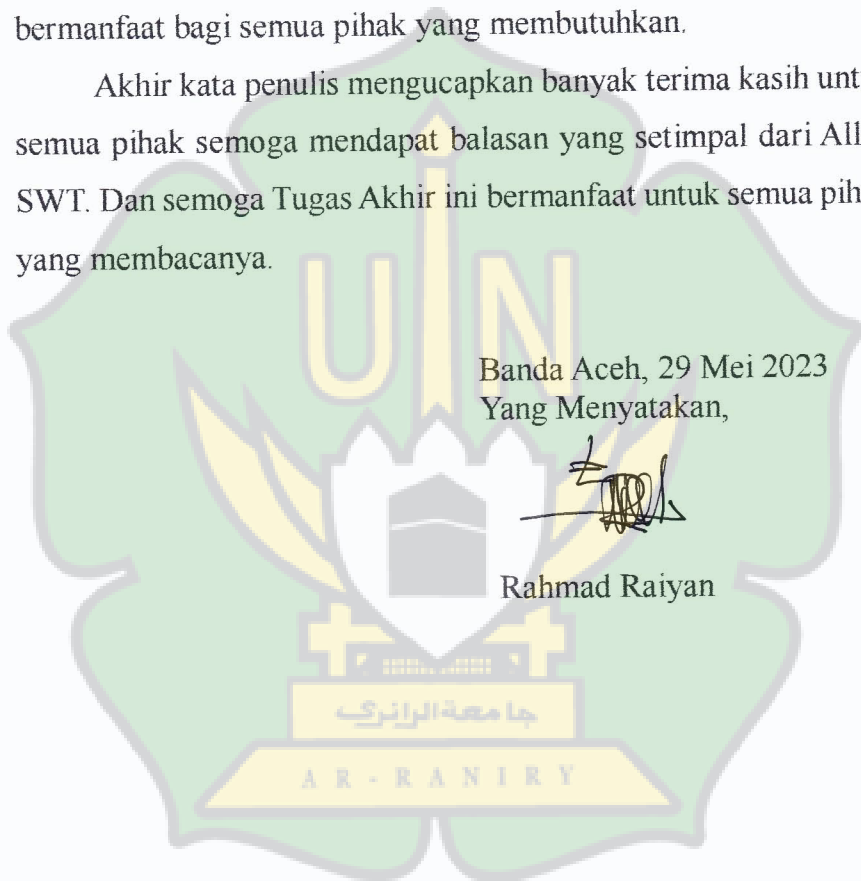
jauh dari banyak kesalahan dan kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan, kemampuan serta pengalaman Peneliti. Dengan demikian segala saran, kritik maupun masukan yang lainnya Peneliti terima dengan lapang dada demi menyempurnakan skripsi ini. Diharapkan juga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Dan semoga Tugas Akhir ini bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya.

Banda Aceh, 29 Mei 2023  
Yang Menyatakan,



Rahmad Raiyan





## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌ِ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

*kaifa* : كيف

*hauला* : هول

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

*qāla* : قَالَ

*ramā* : رَمَى

*qīla* : قِيلَ

*yaqūlu* : يَقُولُ

### 4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

*raudah al-atfāl/ raudatul atfāl* :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

*al-Madīnah al-Munawwarah/* :

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

*al-Madīnatul Munawwarah*

*Talḥah* :

طَلْحَةَ

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



## ABSTRAK

Nama : Rahmad Raiyan  
NIM : 180602084  
Fakultas/Prodi : FEBI/ Ekonomi Syariah  
Judul : Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern  
Bagi UMKM di Kota Banda Aceh Dalam  
Perspektif Ekonomi Islam  
Pembimbing I : Dr. Fithriady, Lc, MA  
Pembimbing II : Junia Farma, M. Ag

Seiring perkembangan zaman dan pembangunan di kota, jumlah ritel modern dan minimarket modern semakin menjamur dan bertambah banyak. Berbagai strategi pemasaran secara kreatif menjadi daya jual utama ritel modern dalam mengsucceskan bisnisnya. Di sisi lain secara tidak langsung kehadiran ritel modern mulai menyisihkan kehadiran UMKM berbentuk toko kelontong yang ada di sekitarnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dampak keberadaan ritel modern terhadap UMKM di kota Banda Aceh. Serta untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap keberadaan ritel modern di kota Banda Aceh. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dan melakukan wawancara langsung terhadap para pelaku usaha UMKM yang khususnya memiliki lokasi usaha yang berdekatan dengan ritel modern. Hasil penelitian menjelaskan bahwasannya kehadiran ritel modern di Kota Banda Aceh memberikan dampak kepada pelaku usaha UMKM di Kota Banda Aceh. Seperti mengalami penurunan omset penjualan, berkurangnya pembeli, pengurangan barang masuk. Hal tersebut disebabkan oleh meningkatnya jumlah minimarket setiap tahun dan jarak antara minimarket dengan warung kecil yang saling berdekatan, berhadapan dan bahkan saling berdampingan.

**Kata kunci:** *UMKM, Ritel Modern, Ekonomi Islam*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Pembahasan.....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>16</b>
2.1 Konsep Ritel.....	16
2.1.1 Pengertian Ritel.....	16
2.1.2 Jenis-Jenis Usaha Ritel.....	18
2.1.3 Fungsi Ritel.....	21
2.1.4 Ritel Dalam Perspektif Islam.....	22
2.2 Ritel Modern.....	24
2.2.1 Pengertian Ritel Modern.....	24
2.2.2 Karakteristik Ritel Modern.....	26
2.2.3 Ritel Modern Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	27
2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	31
2.3.1 Pengertian UMKM.....	31
2.3.2 Tujuan UMKM.....	33
2.3.3 Karakteristik UMKM.....	34
2.3.4 Kriteria UMKM.....	35

2.3.5 Kelebihan dan Kekurangan UMKM .....	35
2.3.6 Peran Dan Fungsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah..	37
2.4 Penelitian Terkait .....	40
2.5 Kerangka Pemikiran.....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	51
3.2 Subjek Dan Objek Penelitian.....	51
3.3 Data Dan Teknik Pemerolehannya.....	53
3.4 Lokasi Penelitian.....	54
3.5 Sumber Data .....	54
3.6 Metode Analisis Data .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	59
4.1.1 Wilayah Dan Penduduk Kecamatan Baiturrahman .....	60
4.1.2 Wilayah Dan Penduduk Kecamatan Kuta Alam .....	63
4.1.3 Wilayah Dan Penduduk Kecamatan Syiah Kuala.....	65
4.2 Hasil Penelitian .....	68
4.2.1 Analisis Dampak UMKM Dalam Menghadapi Keberadaan Ritel Modern di Kota Banda Aceh .....	68
4.2.2 Pendapatan UMKM Sebelum dan Sesudah Adanya Ritel Modern .....	70
4.3 Pembahasan .....	73
4.3.1 Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap UMKM di Kota Banda Aceh .....	73
4.3.2 Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Keberadaan Ritel Modern di Kota Banda Aceh .....	85
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ritel Modern di Kota Banda Aceh Tahun 2018-2021 .....	8
Tabel 1.2 Jumlah UMKM Toko Kelontong Perkecamatan Di Kota Banda Aceh 2021 .....	10
Tabel 2.1 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	35
Tabel 2.2 Penelitian Terkait .....	44
Tabel 3.1 Informan Penelitian .....	52
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Menurut Gampong Dan Jenis Kelamin Dalam Kecamatan Baiturahman Tahun 2021 .....	61
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Menurut Gampong Dan Jenis Kelamin Dalam Kecamatan Kuta Alam Tahun 2021 .....	64
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Menurut Gampong Dan Jenis Kelamin Dalam Kecamatan Syiah Kuala Tahun 2021 .....	67
Tabel 4.4 Pendapatan UMKM Sebelum Dan Sesudah Adanya Ritel Modern .....	72
Tabel 4.5 Data Jumlah Omset UMKM .....	80



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Ritel Di Indonesia Menurut Jenis (2017-2021)	6
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran.....	50
Gambar 3.1 Komponen Analisis Data.....	57



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara .....	99
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara .....	114



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring berkembangnya zaman perusahaan ritel di Indonesia semakin banyak, mulai dari minimarket, supermarket dan hypermarket. Hal ini berdampak pada semakin banyaknya perusahaan ritel yang membuat masyarakat semakin dimanjakan oleh berbagai pusat perbelanjaan. Tumbuh pesatnya perusahaan ritel seperti minimarket di wilayah pemukiman masyarakat mempunyai pengaruh positif dan negatif terhadap warung-warung kecil di sekitarnya. Kemunculan pasar modern seperti Indomart dan Alfamart juga berpengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang menurunnya omset dan jumlah pelanggannya yang semakin berkurang. Perkembangan pasar modern yang sangat pesat akan berdampak terhadap pasar tradisional. Di era yang modern seperti sekarang ini justru membuat konsumen lebih rasional dalam memilih tempat untuk berbelanja. Namun jika dilihat dari segi harga untuk pasar modern lebih tinggi jika dibandingkan dengan pasar tradisional. Meskipun demikian, konsumen tetap saja berbelanja di pasar modern dikarenakan harga yang ditawarkan sangat menarik dengan adanya penawaran diskon dan lain sebagainya (Muhzinat dan Achiria, 2019).



Persaingan yang harus dihadapi pebisnis kecil yaitu semakin pesatnya pembangunan pasar modern yang banyak memberikan dampak terhadap keberadaan pasar tradisional yang sebagian besar memiliki usaha kecil perorangan. Di sisi lain, pasar modern dikelola secara professional dengan berbagai fasilitas yang lengkap, berbeda dengan pasar tradisional yang masih disibukkan dengan berbagai kendala seputar pengelolaan yang masih kurang efisien. Pasar modern dan pasar tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yang disebut dengan pasar ritel. Perkembangan minimarket semakin pesat dan dikhawatirkan semakin lama semakin memberi dampak buruk bagi usaha kecil seperti usaha kelontong (Mardi,R,W. 2018).

Berdasarkan Perpres RI No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel *Modern* menyebutkan bahwa, ritel *modern* adalah ritel dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, *department store*, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Ritel *modern* ini diwakili oleh Carrefour, Ramayana, Indomaret, Alfamart dan sebagainya.

Sedangkan Malano (2013) mengatakan bahwa ritel tradisional yaitu tempat adanya penjual dan pembeli yang saling bertemu dan adanya transaksi secara langsung serta adanya proses tawar-menawar. Bangunan yang terdapat pada ritel tradisional terdiri dari gerai ataupun kios-kios dan los serta dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Biasanya

menjual berbagai kebutuhan seperti sayur-sayuran, buah, ikan, daging, telur, pakaian dan bahan elektronik serta jasa dan lain sebagainya. saat ini pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu pasar *modern* dan pasar tradisional. Perkembangan pasar *modern* di Indonesia saat ini mengalami peningkatan lebih pesat dibandingkan dengan perkembangan pasar tradisional. Pembangunan pasar *modern* yang berkembang pesat, dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap eksistensi pasar tradisional dan para pelaku usaha sejenis disekitarnya.

Rusno (2008) menyebutkan dalam *survei* AC Nielsen bahwa terdapat 5.000 mini market di Indonesia dan Alfamart yang mampu menguasai pangsa pasar sebesar 33%. Alfamart menduduki posisi kedua setelah indomaret dengan *market share* 35%". Oleh karena itu, tidak menutup kemungkinan bahwa pasar tradisional akan punah. Minimarket dengan sistem waralaba pertama kali di Indonesia adalah Indomaret pada tahun 1988, pada awalnya memang tidak mencolok karena masyarakat cenderung mengandalkan toko-toko kelontong di sekitar pemukimannya untuk belanja sehari-hari (Susilo, 2010). Usaha bisnis ritel di Indonesia pada beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan dan pertumbuhan sangat pesat. Hal ini sejalan dengan adanya perkembangan usaha bisnis distribusi, bisnis jasa dan peluang pasar yang sangat terbuka, serta berbagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ritel melalui regulasi peraturan dan undang-undang

yang memberikan ruang bergerak secara terbuka kepada para pengusaha ritel di Indonesia (Utami, 2010).

Menurut Ketua Umum Ikatan Pedagang Toko Kelontong Indonesia (IKAPPI) pada tahun 2016 menyebutkan bahwa, data jumlah ritel *modern* mencapai lebih dari 36.000 gerai di seluruh Indonesia, sedangkan toko kelontong tradisional hanya berkisar 12.000 toko kelontong di seluruh Indonesia. Jika kondisi tersebut dibiarkan, di khawatirkan ribuan atau bahkan jutaan pedagang kecil akan kehilangan mata pencariannya. Pasar tradisional mungkin akan tersingkirkan secara perlahan dan dapat membuat tenggelam seiring dengan perkembangan dunia ritel saat ini yang didominasi oleh pasar *modern*. Purwanto (2012) mengemukakan bahwa, meningkatnya jumlah dan penjualan ritel *modern* disebabkan oleh urbanisasi yang dapat mempercepat pertumbuhan penduduk di daerah perkotaan serta dapat meningkatkan pendapatan perkapita. Urbanisasi merupakan suatu kegiatan perpindahan penduduk dari desa atau daerah perkampungan ke kota besar dan berdampak terhadap peningkatan jumlah maupun penjualan di ritel *modern*.

Lebih lanjut, Purwanto (2012) menyebutkan bahwa selama enam tahun berjalan yaitu dari tahun 1998 hingga 2003, hypermarket tumbuh 27% per tahun yaitu dari 8 menjadi 49 gerai di seluruh Indonesia. Di Provinsi Aceh khususnya Kota Banda Aceh dapat dilihat bahwa hadirnya ritel *modern* memiliki dampak seperti pedagang pasar tradisional menjadi resah. Tergerak oleh keinginan memberdayakan kembali pasar tradisional, pemerintah kota mulai

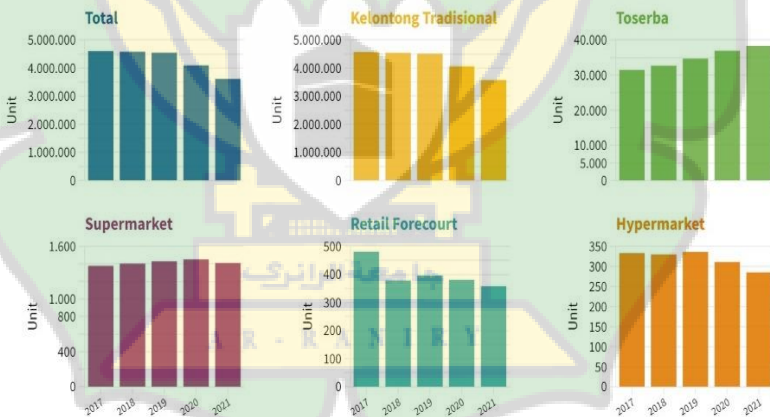
sementara menyetop izin baru pembangunan gerai indomaret di Kota Banda Aceh. Adapun untuk para pemain bisnis ritel besar lain seperti Alfamart dan Seven Eleven memang belum diberikan izin sama sekali untuk mendirikan lapak. Mengenai kajian dan regulasi pendirian ritel modern ada pada dinas perdagangan, sedangkan perihal perizinan melalui KP2TSP. berkaitan dengan peraturan penataan mengenai pasar tradisional ini sudah diatur dalam PP Republik Indonesia No. 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Lebih lanjut, kementerian perdagangan juga menerbitkan regulasi berupa peraturan menteri perdagangan republik Indonesia nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern.

Keberadaan ritel modern saat ini, sudah berkembang sangat pesat dikarenakan adanya penambahan yang tidak terbatas dan semakin meluas keseluruh daerah. Jika dibandingkan dengan tahun yang lalu, ritel *modern* hanya mempunyai beberapa puluhan gerai dan saat ini ritel *modern* sudah mempunyai ratusan gerai di berbagai tempat. Masyarakat sekarang ini lebih mengutamakan kenyamanan dan pelayanan, tentu sudah mulai bosan dengan pasar ritel tradisional yang kurang memperhatikan kerapian dan kebersihan. Dengan begitu, para konsumen lebih memilih pasar ritel *modern* sebagai tempat yang nyaman untuk berbelanja dan tentunya akan semakin banyak lagi bermunculan pasar ritel *modern* yang lain. Ini tentu akan membuat pasar ritel tradisional semakin terpinggirkan

dan kemungkinan untuk tutup itu sangat besar karena semakin berkurangnya konsumen yang berbelanja di pasar ritel tradisional tersebut. Dengan demikian pemilik pasar ritel tradisional harus berusaha dengan semaksimal mungkin untuk mempertahankan usahanya agar tetap berjualan (Supriono, 1998).

Ritel atau toko eceran sudah menjamur di seluruh Indonesia. Selain tawaran produk yang beragam juga terdapat lokasinya terjangkau, sehingga membuat banyak masyarakat memilih untuk belanja ke ritel, dapat dilihat pada Gambar 1.1.

**Gambar 1.1 Jumlah Ritel Di Indonesia Menurut Jenis (2017-2021)**



Sumber: Data Indonesia.id (2021)

Gambar 1.1 merupakan jumlah ritel di Indonesia berdasarkan jenisnya pada tahun 2017 hingga 2021. Menunjukkan bahwa terdapat 3,61 juta ritel di Indonesia pada tahun 2021. Jumlah tersebut menurun 11,85% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya

sebanyak 4,1 juta unit. Berdasarkan jenisnya, toko kelontong tradisional menjadi ritel terbanyak di Indonesia dengan jumlah yang tercatat 3,57 juta unit. Dengan jumlah 38.323 ritel berbentuk toserba dan 1.411 ritel yang berjenis supermarket. Kemudian, ritel *forecourt* dan hypermarket masing-masing sebanyak 358 unit dan 285 unit. Laporan tersebut juga mencatat penjualan ritel di Indonesia yang meraih 72 miliar us dolar atau setara Rp1.077,9 triliun (kurs Rp14.972) pada 2021. Jumlah tersebut mengalami penurunan 12% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya karena terimbas pandemi Covid-19. Penjualan ritel paling anjlok dialami oleh hypermarket hingga 28% dari 1,49 juta dollar Amerika menjadi 1,08 juta dollar Amerika. Lalu, penjualan toko kelontong tradisional diperkirakan turun 16% dari 63,64 juta dollar Amerika menjadi 53,59 juta dollar Amerika pemain utama bisnis ritel dalam negeri antara lain Indomaret, Alfamart, Alfa Midi dsb (DataIndonesia, 2021). Ritel modern sendiri pertama kali masuk ke Aceh pada tahun 2011 tepatnya di Kota Banda Aceh dan Indomaret menjadi yang pertama hadir, hal ini menjadi gerbang awal ramainya ritel modern yang terus berkembang dan menjamur di provinsi Aceh khususnya Kota Banda Aceh yang menjadi ibu kota provinsi, Tahap awal mereka melirik Banda Aceh dan Aceh Besar sebagai daerah yang potensial untuk membuka gerai waralaba. Indomaret menargetkan membuka empat gerai setiap bulan hingga akhir tahun 2012, Jika ditotal hingga enam bulan ke depan, maka akan ada 24 gerai Indomaret di Banda Aceh dan Aceh Besar sepanjang 2012. Empat



gerai Indomaret yang sudah buka di Banda Aceh dan Aceh Besar, yaitu di Jalan Taman Makam Pahlawan (Ateuk), Jalan Iskandar Muda, Punge, dan di Jalan Mr Mohammad Hasan (Bathoh). Dan pada tanggal 30 Mei 2012 Indomaret buka di Jalan Soekarno Hatta dan Lamreung Ulee kareng. 31 Mei 2012 kembali buka di Jalan Soekarno-Hatta dan di Jalan Mataie dan begitulah sejarah awal ritel modern mulai masuk ke Aceh dan Kota Banda Aceh (Banda Aceh,2012).

Pada era *modern* saat ini, pasar *modern* menjadi pusat perbelanjaan masyarakat. Yang dimaksud pasar modern dalam penelitian ini adalah minimarket yang meliputi alfamart, indomaret dan swalayan. Di Kota Banda Aceh saat ini, penyebaran ritel modern sangatlah berkembang dengan pesat yang hampir di setiap wilayah mudah untuk menemui pasar *modern*, hal tersebut dalam dilihat dalam Tabel 1.1.

**Tabel 1.1**  
**Ritel Modern di Kota Banda Aceh Tahun 2018-2021**

<b>Ritel Modern</b>	<b>2018 (Unit)</b>	<b>2019 (Unit)</b>	<b>2020 (Unit)</b>	<b>2021 (Unit)</b>
Supermarket	2	4	10	20
Minimarket	40	52	60	70
Mall/Plaza	3	3	3	4
<b>Jumlah</b>	<b>45</b>	<b>59</b>	<b>73</b>	<b>94</b>

*Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Aceh (2021)*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, terlihat bahwa sarana perdagangan di Kota Banda Aceh dalam kurun waktu 2018-2021 di dominasi oleh minimarket yang meliputi indomaret, supermarket dan alfamart. kondisi ini dapat dikhawatirkan akan mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan pasar tradisional, yang mana salah satu pihak yang berdagang disana adalah pedagang kecil. Menurut catatan Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo), bahwa pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia berkisar antara 10%-15% per tahun. Pertumbuhan jumlah gerai dibarengi dengan meningkatnya jumlah penjualan, dimana penjualan ritel yang hanya sebesar Rp 49 triliun pada tahun 2006 dan pada tahun 2011 meningkat tajam hingga mencapai Rp120 triliun per tahun.

Angka di atas menunjukkan pertumbuhan ritel modern yang ada di Kota Banda Aceh dalam kurun waktu 4 tahun dimana pertumbuhan ritel modern sendiri menyebar secara merata di 9 kecamatan yang ada di Kota Banda Aceh, penyebaran dan pertumbuhannya sendiri cukup tinggi dari tahun ketahun dengan total 94 ritel modern baru yang muncul selama dalam kurun waktu 4 tahun, hal ini menunjukkan bahwasannya pertumbuhan ritel di dukung juga oleh minat masyarakat yang menerima baik kehadiran ritel modern sehingga ritel modern terus di buka tiap tahunnya.

Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) turut merasakan dampak dari kehadiran ritel modern Alfamart dan Indomaret. Persaingan dagang antara ritel modern dengan usaha

kecil dan menengah (UMKM) disekitarnya memiliki kesediaan penjualan yang sama, seperti kebutuhan sehari-hari yang sebagiannya menjadi kesulitan usaha kecil dan menengah untuk meraih pasar.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah UMKM Toko Kelontong Perkecamatan Di Kota Banda Aceh 2021**

<b>Kecamatan</b>	<b>Jumlah Toko Kelontong</b>
Kuta Alam	161
Baiturrahman	130
Syiah Kuala	163
Ulee Kareng	112
Lueng Bata	54
Meraxa	131
Jaya Baru	129
Banda Raya	48
Kuta Raja	58
<b>Jumlah</b>	<b>986</b>

*Sumber: DPM-PTSP Kota Banda Aceh, 2021*

Menurut salah satu pemilik toko kelontong Fuji Ayu yang berada di daerah Ulee Kareng yang sudah beroperasi sejak tahun 2010 sampai saat ini mengungkapkan, pada awal beliau mendirikan toko kelontongnya yaitu di tahun 2010, pada saat itu di Ulee Kareng hanya terdapat beberapa saja minimarket dan itu tidak mempengaruhi pendapatan beliau, akan tetapi seiring waktu berjalan minimarket atau swalayan satu per satu mulai memasuki Ulee Kareng yang jumlahnya sudah sangat banyak. Hal ini membuat pendapatan beliau menurun yang dulunya bisa mencapai 5 juta per

bulan, sekarang hanya mendapatkan 2,500.000 juta sampai dengan 3,000.000 juta per bulan, hal yang mempengaruhi pendapatan beliau menurun ialah banyak dari para pembeli yang beralih ke minimarket atau swalayan. (Bapak Ahmad, 7 Februari 2023)

Fenomena diatas selaras dengan kajian Kasman Rasyidiin (2017) dengan judul “Dampak kemunculan pasar *modern* terhadap pedagang pasar tradisional di Kota Banda Aceh”. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa, pedagang pasar tradisional mengalami penurunan jumlah pelanggan dan pendapatan. Dari penjumlahan rata rata yang signifikan pendapatan pedagang pasar tradisional sebesar 15.6 persen dan meningkat menjadi 10.8 persen serta rata rata pelanggan di pasar tradisional menurun sebesar 22.76 persen dan meningkat menjadi 22.06.

Begitu juga dikuatkan oleh kajian Noor Kholis d.k.k (2011) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Perilaku Konsumen”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, konsumen cenderung berbelanja di pasar *modern* karena terdapat kejelasan harga, tidak becek, bersih dan tidak bau, ber AC, aman, Kondisi fisik bangunan bagus, terdapat fasilitas pembayaran, terpengaruh promosi, iklan, berbelanja sambil mencari hiburan, nyaman, prestise, menjual produk yang tidak ada di pasar tradisional serta terpengaruh pendidikan konsumen. Sedangkan konsumen cenderung berbelanja di pasar tradisional karena harga di pasar tradisional bisa ditawar, harganya murah,

dilayani langsung serta berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap UMKM di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana dampak keberadaan ritel *modern* terhadap UMKM di Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap keberadaan ritel *modern* di Kota Banda Aceh?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dalam setiap penulisan karya ilmiah, pasti tidak terlepas dari tujuan yang ingin dicapai, sehingga dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi para pembaca. Berdasarkan rumusan masalah yang telah di paparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dampak keberadaan ritel *modern* bagi UMKM di kota Banda Aceh
2. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam bagi keberadaan ritel modern di kota Banda Aceh.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini akan bermanfaat bagi sebagian pihak, antara lain.

1. Secara Praktis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pedagang tradisional supaya dapat menambah wawasan sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan strategi dalam memasarkan produknya. Serta dapat memberikan atau arahan dari pemerintah terhadap permasalahan yang terjadi di pasar tradisional dan pasar *modern*.

2. Secara Teoritis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dalam bidang pasar *modern*. Baik untuk masyarakat maupun pelaku usaha market tradisional mengenai dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha mereka, dan lebih mengenal peraturan tentang usaha ritel, pasar modern, dan ritel market lokal supaya mereka dapat memperjuangkan hak-hak mereka.



### 3. Secara kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan kepada pihak pemerintah dan terkait dalam mengatur kesejahteraan dan persaingan usaha yang sehat antara ritel modern dan UMKM yang ada di Kota Banda Aceh sehingga perputaran ekonomi di Kota Banda Aceh akan terus berkembang.

### 1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN** Bab pendahuluan ini berisi latar belakang yang menjadi landasan untuk melakukan suatu penelitian. Rumusan masalah yang dituangkan dalam bentuk pertanyaan mengenai keadaan yang memerlukan jawaban melalui penelitian. Tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang berisi tentang tujuan dan manfaat.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab dengan judul landasan teori ini menguraikan tentang telaah pustaka yang terdiri dari kerangka teori yang berkaitan dengan topik penelitian, ringkasan tentang penelitian terdahulu, kerangka penelitian serta hipotesis penelitian yang menjadi pedoman dalam analisis data.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab dengan judul metode penelitian ini berisi tentang gambaran jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian serta definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat ini merupakan bab inti yang membahas seluruh gambaran umum dan hasil temuan penulis di lapangan yang terdiri dari deskripsi objek penelitian serta analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab berikut ini menjelaskan kesimpulan dari pembahasan, saran-saran serta penutup sebagai akhir dari pembahasan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Konsep Ritel

##### 2.1.1 Pengertian Ritel

*Retailer* atau *retail store* adalah perusahaan yang fungsi utamanya menjual produk kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga. Dapat disimpulkan bahwa usaha ritel merupakan usaha yang menjual barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir. Bisnis ritel merupakan bagian dari saluran distribusi yang memegang peranan penting dalam rangkaian kegiatan pemasaran dan merupakan perantara serta penghubung antara kepentingan produsen dan konsumen (Utami, 2010). Sujana (2005) mengatakan bahwa ritel adalah seluruh aktivitas bisnis yang menyangkut penjualan barang dan jasa yang lebih dari 50% dari total penjualannya kepada konsumen digunakan untuk mereka sendiri, keluarga atau rumah tangga. Dapat dikatakan bahwa, bisnis ritel merupakan bagian dari saluran distribusi yang memegang peranan penting dalam rangkaian kegiatan pemasaran dan merupakan perantara serta penghubung antara kepentingan produsen dan konsumen.

Ritel tradisional dan ritel *modern* memiliki fungsi yang sama sebagai penyalur barang ke konsumen akhir, namun keduanya memiliki perbedaan. Terdapat beberapa kriteria ritel tradisional yaitu, tempat tidak terlalu luas, barang dagang tidak lengkap, kurang

nyaman, harga bisa di tawar, tidak semua barang dagang dipajang (Rozinawati dan Purwata, 2010). Penjual dan pembeli berkomunikasi secara langsung, dilayani langsung oleh pemilik, belum menggunakan teknologi pembayaran dan tidak memiliki standar baku (Chaniago, 2019). Ritel *modern* pertama kali hadir di Indonesia saat Toserba Sarinah didirikan pada 1962. Pada era 1970 s/d 1980-an, format bisnis ini terus berkembang. Awal dekade 1990-an merupakan tonggak sejarah masuknya ritel asing di Indonesia. Ini ditandai dengan beroperasinya ritel terbesar Jepang ‘Sogo’ di Indonesia. Ritel *modern* kemudian berkembang begitu pesat saat pemerintah, berdasarkan Kepres no. 99 th 1998, mengeluarkan bisnis ritel dari negative list bagi Penanaman Modal Asing. Sebelum Kepres 99 tahun 1998 diterbitkan, jumlah peritel asing di Indonesia sangat dibatasi. Saat ini, jenis-jenis ritel *modern* di Indonesia sangat banyak meliputi Pasar Modern, Pasar Swalayan, Department Store, Boutique, Factory Outlet, Specialty Store, Trade Centre, dan Mall/ Supermall/ Plaza. Format-format ritel *modern* ini akan terus berkembang sesuai perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat (Martinus, 2011).

Adapun contoh dari ritel *modern* adalah Alfamart, Indomaret dan Minimarket lain yang menyerupainya. Sedang contoh dari ritel tradisional adalah toko kelontong, warung tradisional dan toko-toko kecil yang membuka usaha di depan rumahnya. Barang yang dijual di ritel *modern* maupun ritel tradisional tidaklah berbeda, mulai dari kebutuhan rumah tangga harian, makanan ringan dan minuman.

Namun pada kenyataannya masyarakat yang lebih memilih berbelanja di ritel *modern* dibandingkan pada ritel tradisional, dengan berbagai pertimbangan seperti kenyamanan, kebersihan dan kualitas barang yang terdapat di ritel *modern* (Triyawan, 2018). Selain itu, disparitas harga di ritel *modern* tidak terpaut jauh dengan ritel tradisional. Dan juga jarak ritel *modern* yang sangat dekat dengan ritel tradisional, serta perubahan pola berbelanja masyarakat akan menimbulkan dampak tersendiri bagi pedagang Ritel Tradisional yang menjual barang dagangan yang sama dengan yang ada di ritel modern. Maka dari itu, tidak hanya ekonomi Indonesia yang memperhatikan masalah diatas, melainkan juga ekonomi Islam (Juliansyah, 2011).

### **2.1.2 Jenis-Jenis Usaha Ritel**

Utami (2010) menyebutkan bahwa usaha ritel dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

#### **1. Ritel Tradisional**

Ritel tradisional merupakan usaha ritel yang menekankan pada pengelolaan usaha dengan pendekatan konvensional dan tradisional. Ciri-ciri pengelolaan ritel tradisional adalah sebagai berikut:

- a. Kurang memilih lokasi karena sering terkendala permodalan. Pengelola ritel tradisional lebih sering memutuskan untuk memilih lokasi yang saat itu telah dimiliki.

- b. Tidak memperhitungkan potensi pembeli. Potensi pembeli sering diabaikan dalam pengelolaan ritel tradisional.
- c. Jenis barang dagangan yang tidak terarah. Jenis barang dagangan sering terabaikan karena terkendala kurangnya kemampuan dan kemampuan tawar menawar peritel dalam membangun relasi bisnis dengan suplier.
- d. Tidak ada seleksi merek. Para peritel tradisional terkendala dalam penyediaan barang dagangan dengan merek-merek favorit pelanggan.
- e. Kurang memperhatikan pemasok. Para pelaku ritel tradisional biasanya hanya memperhatikan lunaknya mekanisme pembayaran barang dagangan daripada kualitas dan kesinambungan pengiriman barang dagangan di tokonya.
- f. Melakukan pencatatan penjualan secara sederhana bahkan banyak peritel tradisional yang tidak melakukan pencatatan penjualan sama sekali.
- g. Tidak melakukan evaluasi terhadap keuntungan per produk. *Cash flow* tidak terencana. Banyak peritel tradisional yang menjual barang dagangannya tidak secara tunai, sehingga sering terkendala pada aliran dana tunai. Selain itu, peritel tradisional tidak memisahkan pembukuan toko dengan keluarga sehingga modal toko sering tersedot untuk memenuhi kebutuhan konsumsi.

- h. Pengembangan bisnis tidak terencana. Peritel tradisional sering tidak mampu melakukan perencanaan pengembangan usaha karena terkendala rendahnya kontrol dan mekanisme untuk melakukan evaluasi usaha.

## 2. Ritel *Modern*

Ritel *modern* merupakan usaha ritel yang menekankan pengelolaannya secara *modern*. Ciri-ciri ritel modern yaitu:

- a. Lokasi strategis merupakan faktor penting dalam bisnis ritel modern. Peritel modern akan memilih lokasi yang strategis dengan memperhatikan kemudahan akses pelanggan, keamanan, dan fasilitas yang lebih terjangkau.
- b. Prediksi cermat terhadap potensi pembeli. Dalam memutuskan pemilihan lokasi, peritel juga mempertimbangkan potensi pembeli di lokasi tersebut.
- c. Pengelolaan jenis barang dagangan terarah. Pengelolaan barang dagangan disesuaikan dengan segmen pasar yang dilayani oleh peritel *modern*.
- d. Seleksi merek sangat ketat. Ritel *modern* sering mematok untuk menyiapkan merek-merek produk barang dagangan yang mempunyai pangsa pasar yang cukup besar. Hal tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal penyediaan merek-merek favorit pelanggan.
- e. Seleksi ketat terhadap pemasok. Peritel *modern* selalu memperhatikan kualitas barang dagangan,

- kesinambungan pengiriman barang dagangan, dan mekanisme pembayarannya dalam memilih pemasok.
- f. Melakukan pencatatan penjualan dengan cermat. Peritel modern melakukan pencatatan dengan sangat cermat bahkan dengan bantuan software yang memungkinkan melakukan pencatatan ribuan transaksi penjualan setiap harinya.
  - g. Melakukan evaluasi terhadap keuntungan per produk. Melalui evaluasi produk, peritel dapat mengklasifikasikan produk yang tergolong cepat terjual dan produk yang agak lambat terjualnya.
  - h. *Cash flow* terencana. Peritel modern menjual barang dagangannya secara tunai sehingga aliran dana tunai dapat terencana dengan baik.
  - i. Pengembangan bisnis terencana. Arah pengembangan bisnis ritel modern direncanakan dengan baik dan berkesinambungan dalam jangka panjang.

### **2.1.3 Fungsi Ritel**

Sundari dan Syaikhudin (2021:4) mengatakan bahwa ritel memiliki fungsi-fungsi penting yang dapat meningkatkan nilai produk dan jasa yang mereka jual pada konsumen dan memudahkan distribusi produk-produk tersebut bagi mereka yang memproduksinya yaitu:



1. Menyediakan produk barang dan jasa

Ritel berusaha menyediakan berbagai macam kebutuhan konsumen yaitu beraneka ragam produk dan jasa (*providing assortments*).

2. Memecah (*breaking bulk*)

Ritel berfungsi memecah beberapa ukuran produk menjadi lebih kecil, yang menguntungkan produsen dan konsumen.

3. Perusahaan penyimpanan

Ritel dapat dapat berposisi sebagai perusahaan yang menyimpan stok atau persediaan (*holding inventory*) dengan ukuran lebih kecil.

4. Penghasil jasa

Ritel memudahkan konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dengan mudah, menyediakan jasa (*providing service*). Menawarkan kredit sehingga konsumen bisa memiliki produknya sekarang dan membayarnya nanti.

5. Meningkatkan produk dan jasa

Dalam suatu aktivitas pelanggan yang memerlukan beberapa barang, pelanggan akan membutuhkan ritel karena tidak semua barang dijual dalam keadaan lengkap sehingga dengan begitu akan menambah nilai barang tersebut terhadap kebutuhan konsumen.

#### **2.1.4 Ritel Dalam Perspektif Islam**

Pada umumnya, ritel atau yang disebut dengan pasar mampu berkembang ditengah tengah masyarakat yang bertujuan

mendapatkan keuntungan yang sebesar besarnya. Sistem seperti ini tidak sesuai dengan sistem ekonomi syariah, ekonomi syariah menjelaskan tentang sistem pasar lebih luas lagi. Mekanisme ritel dalam Islam berorientasi pada terciptanya sistem ekonomi yang seimbang yaitu keseimbangan antara memaksimalkan keuntungan dan pemenuhan prinsip syariah yang menjadi hal mendasar dalam kegiatan pasar. Dalam Islam, negara juga berhak ikut campur dalam menjalankan mekanisme ritel dinegaranya dengan tujuan pengaturan, pengawasan maupun pelaksanaan kegiatan ekonomi oleh masyarakat (Rahmi, 2015). Dalam hal mekanisme pasar dalam konsep Islam akan tercermin prinsip syariah dalam bentuk nilai-nilai yang secara umum dapat dibagi dalam dua perspektif yaitu makro dan mikro. Nilai syariah dalam prespektif mikro menekankan aspek kompetensi/ profesionalisme dan sikap amanah, sedangkan dalam prespektif makro nilai-nilai syariah menekankan aspek distribusi, pelarangan riba dan kegiatan ekonomi yang tidak memberikan manfaat secara nyata kepada sistem perekonomian. Oleh karena itu, dapat dilihat secara jelas manfaat sistem perekonomian Islam dalam pasar yang ditunjukkan tidak hanya kepada warga masyarakat Islam, melainkan kepada seluruh umat manusia (Ali, 2008). Konsep Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri di atas prinsip persaingan sempurna (*perfect competition*). Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus oleh *freme* (kerangka) syari'ah. Dalam Islam, transaksi terjadi secara sukarela (Aziz, 2013).

## 2.2 Ritel Modern

### 2.2.1 Pengertian Ritel Modern

Ritel *modern* merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Ritel *modern* merupakan suatu pasar yang berfungsi sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu pelayanan yang bagus kepada para konsumen serta menggunakan manajemen modern, canggih dan profesional dan biasanya berlokasi di kawasan perkotaan. Peraturan pemerintah mengenai bisnis ritel diberlakukan (Perpres RI No. 112 Tahun 2007) tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel *Modern*. Ritel *modern* adalah ritel dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, 20 Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Ritel *modern* ini diwakili oleh Carrefour, Ramayana, Indomaret, Alfamart dan sebagainya.

Kotler & Kevin (2016) mengatakan bahwa ritel *modern* ialah pasar yang sudah dikelola dengan manajemen modern seperti supermarket, mall, waralaba, *departement store*, pasar serba ada, *shopping centre*, toko serba ada, toko mini swalayan dan sebagainya. Variasi barang yang dijual sangat beragam. Barang yang dijual akan melalui penyeleksian terlebih dahulu. Hanya barang yang memenuhi persyaratan klasifikasi yang akan dijual maka dari itu barang yang terjual memiliki kualitas yang relatif lebih terjamin. Secara kuantitas, umumnya pasar modern memiliki gudang persediaan barang yang terukur. Jika dilihat dari segi harga, pasar modern

memiliki label harga yang sudah pasti. pasar modern juga banyak kita jumpai di zaman sekarang ini, seperti minimarket (meliputi indomaret dan alfamart).

Berdasarkan Peraturan Presiden No 112 tahun 2007 menyebutkan bahwa “Pasar dengan sistem pelayanan terbaik berupa pasar maupun toko dengan pelayan yang juga mandiri terdapat didalamnya yang menjual barang eceran berbentuk *Departement store*, Supermarket, Minimarket dan Hypermarket maupun grosir yang bentuknya perkulakan yaitu pasar modern. Terdapat aturan ritel *modern* yang diatur keberadaan lokasinya yaitu, diperbolehkannya lokasi minimarket ada dalam setiap sistem jaringan jalan, yang dimaksud yaitu sistem jaringan jalan lingkungan dalam kawasan pelayanan lingkungan perumahan di dalam kota maupun perkotaan. Berdasarkan luas lantai toko minimarket memiliki luas lantai  $< 400 \text{ m}^2$ ”. Oleh karena itu, ritel *modern* juga menawarkan berbelanja dalam satu tempat saja sehingga lebih menghemat tenaga dan waktu serta menawarkan kualitas produk yang lebih baik, memudahkan dalam pembayaran dan juga menawarkan kenyamanan dalam berbelanja (Harmazair, 2006: 327-328). Secara tidak langsung keberadaan ritel *modern* juga dapat mempengaruhi keberadaan pedagang kecil yang ada disekelilingnya. Dimana ketika keberadaan pedagang kecil lebih sedikit, tentunya ini juga berdampak bagi pendapatan mereka.

### 2.2.2 Karakteristik Ritel Modern

Dimiyati (2018) menyebutkan bahwa ritel *modern* merupakan ritel dengan sistem pelayanan mandiri atau swalayan, sistem harga pasti (tanpa tawar menawar), dan menjual berbagai jenis produk secara ritel/eceran. Terdapat tiga jenis ritel *modern* yaitu minimarket, supermarket, dan hypermarket, yang memiliki karakteristik yang berbeda sebagaimana berikut ini:

#### 1. Minimarket

Minimarket atau toko swalayan adalah ritel *modern* berukuran lebih kecil dari supermarket yang menjual berbagai barang (makanan, minuman, perlengkapan sehari-hari) namun tidak selengkap dan sebesar supermarket. Minimarket mempunyai luas lantai penjualan maksimal 400m. Minimarket ada yang dikelola sebagai perusahaan mandiri atau sebagai jaringan waralaba (*franchise*). Masyarakat yang belum berpengalaman sebagai pengusaha dapat mendirikan minimarket dengan cara bergabung dalam jaringan waralaba minimarket yang sudah ada. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan dengan sistem pelayanan mandiri (swalayan), dimana pembeli dapat mengambil sendiri barang dari rak-rak dagangan dan membayarnya di kasir. Contoh minimarket berbentuk jaringan waralaba (*franchise*) misalnya Indomaret, Alfamidi, Alfamart, Star Mart, Circle K dan lain-lain.

## 2. Supermarket

Supermarket atau pasar swalayan adalah ritel modern yang menjual segala macam kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, dan barang kebutuhan konsumen seperti sabun mandi, pasta gigi, Tisu, dan lain-lain. Supermarket memiliki luas lantai penjualan 400-5000 m<sup>2</sup> sehingga lebih luas daripada minimarket namun lebih kecil daripada hypermarket. Contoh supermarket adalah Hero, Super Indo, Matahari, Yogya, Hari-Hari, Sogo, dan lain-lain.

## 3. Hypermarket

Hypermarket adalah jenis toko *modern* yang memiliki luas lantai penjualan lebih dari 5.000m<sup>2</sup> sehingga lebih luas dibandingkan supermarket. Hypermarket memiliki persyaratan luas lantai penjualan yang sama dengan perkulakan/ grosir, namun perbedaannya jumlah dan jenis barang yang dijual di hypermarket sangat besar lebih dari 50.000 item dan meliputi banyak produk. Contoh hypermarket antara lain adalah Giant, Hypemart, dan Carrefour.

### 2.2.3 Ritel Modern Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Usaha ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat pada beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan ritel yang semakin meningkat tajam serta sulitnya melakukan diferensiasi dan hambatan masuk (*entry barrier*) menjadikan ketatnya persaingan bisnis ritel di Indonesia. Menarik untuk dicermati akhir-akhir ini

muncul gagasan ritel syariah ditandai dengan berdirinya beberapa gerai yang mengatasnamakan ritel syariah atau berciri Islami, dengan segmen pasar utamanya masyarakat muslim. Aktivitas perdagangan yang dilakukan harus sesuai dengan ketentuan di dalam Al-Qur'an agar bernilai ibadah. Dengan demikian, diperoleh keuntungan material dan berusaha untuk mendapatkan ridha Allah Swt. Penerapan nilai-nilai syariah dalam ritel modern dimungkinkan sudah terjadi sebelum munculnya gagasan-gagasan ritel syariah meskipun secara eksplisit tidak memunculkan slogan Islam namun secara implisit muatan nilai-nilai syariahnya sudah diterapkan dalam proses bisnis. Sebagai contoh konsep koperasi yang merupakan bentuk khas ekonomi syariah dalam konteks ke-Indonesia-an. Penerapan nilai-nilai implisit syariah sebagai sebuah proses membumikan nilai-nilai syariah dalam bisnis ritel modern sebagai bentuk implementasi Islam *rahmatat li al'alamin* (Utami, 2010).

Ritel *modern* memberi kemudahan bagi para calon konsumen dalam usahanya mendapatkan barang yang diinginkan. Kondisi ini mengikuti perubahan perilaku masyarakat yang menginginkan serba praktis, mudah, cepat serta fasilitasnya memadai (Widyarini, 2017). Aktivitas perdagangan yang dilakukan harus sesuai dengan ketentuan di dalam Al-Qur'an agar bernilai ibadah. Dengan demikian, diperoleh keuntungan material dan berusaha untuk mendapatkan ridho Allah Swt. Penerapan nilai-nilai

syariah dalam ritel *modern* dimungkinkan sudah terjadi sebelum munculnya gagasan-gagasan ritel syariah meskipun secara eksplisit tidak memunculkan slogan Islam, namun secara implisit muatan nilai-nilai syariahnya sudah diterapkan dalam proses bisnis (Tamadudin, 2014). Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Sedangkan menurut Kertajaya dan Sula Syariah *marketing* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam (Hermawan dan Sula, 2006).

Konsep Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri di atas prinsip persaingan sempurna (*perfect competition*). Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus oleh *freme* (kerangka) syari'ah. Dalam Islam, transaksi terjadi secara sukarela (Aziz, 2013). Sebagaimana Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah An-Nisa: 29

تَكُونَنَّ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا  
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ تَرْضَى عَنْ تِجَارَةً

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan



*jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu". (Q.S. An-Nisa [4]: 29).*

Ayat diatas menjelaskan larangan Allah swt mengkonsumsi harta dengan cara cara yang batil. Kata batil oleh al syaukani dalam kitabnya fath al qadir, diterjemahkan ma laisa bihaqqin (segala apa yang tidak benar). Bentuk batil ini sangat banyak. Dalam konteks ayat di atas, sesuatu disebut batil dalam jual beli jika dilarang oleh syara, adapun perdagangan yang batil jika didalamnya terdapat unsur "maghrib" yang merupakan singkatan dari maisir (judi), gharar (penipuan), riba dan batil itu sendiri. Lebih luas dari itu perbuatan yang melanggar nash-nash syar'I, juga dipandang sebagai batil seperti mencuri, merampok, korupsi dan sebagainya.

Semuanya tidak menghendaki adanya satu bagian ataupun kedua bagian saling tidak diuntungkan, dengan adanya keberadaan yang lain. Untuk itu, agar tidak terjadi banyak hal yang tidak diinginkan maka perlu untuk menunjuk seseorang atau suatu kelompok masyarakat yang mempunyai tugas pokok untuk mengawasi kelancaran dan keharmonisan dalam suatu pasar. Dalam istilah Ekonomi Islam lebih dikenal dengan istilah muhtasib. Sedangkan pekerjaannya dinamakan Al Hisbah. Dalam arti luasnya, muhtasib bertugas menyelesaikan perkara-perkara yang berkaitan dengan *al-amr bi al-ma'ruf wa nahy 'an al munkar*, yang bukan hanya pekerjaan beberapa orang melainkan seluruh umat Islam.

Namun dalam arti sempitnya mempunyai arti petugas yang bertugas mengawasi pasar serta tingkah laku masyarakat. Maka pengawas atau Muhtasib bisa dijadikan solusi yang paling tepat dalam Ekonomi Islam untuk mengatasi masalah penurunan pendapatan pedagang ritel tradisional dengan maraknya kehadiran ritel modern, dengan mengatur jarak ritel modern yang hendak mendirikan usahanya berdekatan dengan ritel tradisional.

## **2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

### **2.3.1 Pengertian UMKM**

Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh 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 sebagai berikut: (Prasetyo, 2010).

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. 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 memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produk yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Dari ketentuan di atas, maka dapat disimpulkan usaha mikro kecil dan menengah adalah usaha perorangan atau badan

hukum/tidak yang bukan cabang atau dikuasai oleh perusahaan besar.

Menurut departemen agama RI (2010), dalam aspek ekonomi syariah, UMKM yaitu wujud ikhtiar manusia untuk tetap hidup dan berusaha demi mencapai kesejahteraan hidup. Tatanan ini berlaku bagi semua orang tanpa menindas kedudukan, status, dan jabatan seseorang. Dalam Al qur'an dijelaskan dalam Q.S At-Taubah ayat 105:

وَسْتَرْدُونَ وَالْمُؤْمِنُونَ وَرَسُولُهُ ۚ عَمَلَكُمْ اللَّهُ فَسَيَرَىٰ أَعْمَالُكُمْ وَقَلِيلٌ مِّنْكُمْ يَعْمَلُونَ بِمَا فَيُبَيِّنُكُمْ وَالشَّهَادَةِ الْغَيْبِ عِلْمٍ إِلَىٰ

Artinya:

*Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan nyata lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. (Q.S At-Taubah: [09]: 105)*

### 2.3.2 Tujuan UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bertujuan untuk mengembangkan dan membina usaha mereka dalam memajukan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. UMKM memiliki asas pemerataan, berkelanjutan, berwawasan, keseimbangan, kemajuan, solidaritas, dan ekonomi kerakyatan (Sulistyowati, 2017).

### 2.3.3 Karakteristik UMKM

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki karakteristik tersendiri yang dapat membedakan antara UMKM dengan usaha berskala besar. Karakteristik yang membedakan UMKM ini dengan usaha berskala besar adalah dari segi permodalannya dan Sumber Daya Manusianya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah umumnya memerlukan modal yang relatif kecil dibandingkan dengan usaha berskala besar. Oleh karena itu UMKM lebih banyak bergerak di sektor informal, karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki terutama masalah modal. Dalam perspektif perkembangannya, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu: (Tambunan, 2012).

- a. *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

### 2.3.4 Kriteria UMKM

Langkah-langkah yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM yang dinyatakan dalam undang-undang republic Indonesia nomor 20 tahun 2008 bagian IV pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai sumber daya kecuali wilayah dan struktur tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria seperti yang terdapat pada table dibawah ini:

**Tabel 2.1 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

NO.	Uraian	Kriteria		
		Aset	Omset	Pekerja
1.	Usaha mikro	Max 50 jt	Max 300 jt	< 5 orang termasuk keluarga
2.	Usaha kecil	> 50 jt – 500 jt	> 300 jt-2,5m	5 orang
3.	Usaha menengah	> 500 jt – 10m	> 2,5m-10m	20-99 orang

(Sumber: UU Nomor 20 Tahun 2008 BAB IV Pasal 6)

### 2.3.5 Kelebihan dan Kekurangan UMKM

Dengan ukurannya yang kecil dan tentunya fleksibilitas yang tinggi, usaha kecil menengah memiliki berbagai kelebihan, terutama dalam segi pembentukan dan operasional. UMKM memiliki kontribusi besar bagi bergulirnya roda ekonomi suatu negeri, bukan hanya karena ia adalah benih yang memungkinkan tumbuhnya bisnis

besar, melainkan juga karena ia menyediakan layanan tertentu bagi masyarakat yang bagi bisnis besar dinilai kurang efisien secara biaya. Partomo dan Rachman (2002) mengatakan bahwa terdapat beberapa keunggulan yang dimiliki oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dibandingkan dengan usaha besar antara lain:

- a. Inovasi dalam teknologi yang dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil
- c. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibandingkan dengan perusahaan berskala besar yang pada umumnya birokratis.
- d. Terdapat dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan.

Sedangkan Arimawa (2018) mengatakan bahwa kekurangan dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah:

- a. Rendahnya kemampuan sumber daya manusia (SDM) dalam kewirausahaan dan manajerial yang menyebabkan munculnya ketidak efisienan dalam menjalankan proses usaha.
- b. Keterbatasan keuangan yang menyulitkan dalam pengembangan berwirausaha.
- c. Ketidakmampuan aspek pasar, keterbatasan pengetahuan produksi dan teknologi, prasarana dan sarana, dan

ketidakmampuan menguasai informasi yang juga merupakan kekurangan yang sering dialami dalam usaha UMKM.

UMKM juga tidak didukung kebijakan dan regulasi yang memadai, sehingga sering tidak memenuhi standar dan tidak memenuhi kelengkapan aspek legalitas.

### **2.3.6 Peran Dan Fungsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan secara terstruktur dengan arah produktivitas dan daya saing adalah tujuan dan peran UMKM dalam menumbuhkan wirausahawan yang tangguh. Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran: (Departemen Koperasi dan UKM, 2008).

- a. Sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi.
- b. Penyedia lapangan kerja.
- c. Pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat.
- d. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta kontribusinya terhadap neraca pembayaran.

Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2014, terdapat sekitar 57,8 juta pelaku UMKM di Indonesia. Di 2017 serta beberapa tahun ke depan diperkirakan jumlah pelaku UMKM akan terus bertambah. UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil



hasil pembangunan. Selama ini UMKM telah memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 5760% dan tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional (Profil Bisnis UMKM oleh LPPI dan BI tahun 2015). UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997-1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh. Data Badan Pusat Statistik memperlihatkan, pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat terus, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012.

Pada tahun itu, jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebanyak 56.534.592 unit atau 99,99%. Sisanya, sekitar 0,01% atau 4.968 unit adalah usaha besar. Selama tahun 2011 sampai 2012 terjadi pertumbuhan pada UMKM serta penurunan pada usaha besar. Bila pada tahun 2011, usaha besar mencapai 41,95% tahun berikutnya hanya 40,92%, turun sekitar 1,03%. Pada UMKM terjadi sebaliknya. Bila usaha menengah pada tahun 2011 hanya 13,46%, pada tahun 2012 mencapai 13,59%. Ada peningkatan sebesar 0,13%. Berbeda dengan usaha kecil, ada sedikit penurunan dari tahun 2011. Pada tahun itu mencapai 9,94% namun pada tahun 2012 hanya mencapai 9,68%, artinya menurun sekitar 0,26%. Peningkatan cukup besar terjadi pada usaha mikro, bila tahun 2011 hanya mencapai 34,64%, pada tahun 2012 berhasil

meraih 38,81% terjadi peningkatan sebesar 4,17%. Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari: (KEMEN KUKM,2005).

1. Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor.
2. Penyedia lapangan kerja yang terbesar.
3. Pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat.
4. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi.
5. Sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

Posisi penting ini sejak dilanda krisis belum semuanya berhasil dipertahankan sehingga pemulihan ekonomi belum optimal. Usaha mikro dan kecil umumnya memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumberdaya alam dan padat karya, seperti: pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan dan restoran. Usaha menengah memiliki keunggulan dalam penciptaan nilai tambah di sektor hotel, keuangan, persewaan, jasa perusahaan dan kehutanan. Usaha besar memiliki keunggulan dalam industri pengolahan, listrik dan gas, komunikasi dan pertambangan. Hal ini membuktikan usaha mikro, kecil, menengah dan usaha besar di dalam praktiknya saling melengkapi, sehingga dengan meningkatkan kinerja UMKM dengan bahan produksi lokal tanpa bergantung dengan bahan

impor maka akan memperkuat pembangunan perekonomian nasional (Solikatur dan Masruroh, 2018: Saheb, dkk, 2018). Oleh karena itu pembangunan koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah perlu menjadi prioritas utama pembangunan nasional dalam jangka panjang.

#### **2.4 Penelitian Terkait**

Penelitian Melita Iffah (2012) dengan judul “Pengaruh toko *modern* terhadap toko usaha kecil, skala lingkungan”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui metode *survey* primer dan *survey* sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan kuisioner/angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, semakin besar jangkauan minimarket maka akan semakin banyak toko yang terfiksi dengan jangkauan pelayanannya. Semakin jauh toko usaha kecil terhadap minimarket, pengaruh yang ditimbulkan akan semakin kecil. Namun, semakin dekat toko usaha kecil dengan minimarket, maka pengaruh yang sangat besar terjadi pada jumlah konsumen yang datang setiap harinya.

Penelitian Reza Haditya Raharjo (2015) dengan judul “Analisis pengaruh keberadaan minimarket terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong di sekitarnya”. Penelitian ini menggunakan jenis metode kualitatif. Lokasi penelitian berada di Semarang Barat, banyumaik, pedurungan Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, adanya perubahan tingkat omset, keuntungan jumlah pembeli dan jam buka toko akibat dari

munculnya minimarket modern di sekitar toko kelontong. Dimana terjadi penurunan tingkat omset, keuntungan dan jumlah pembeli. Serta pedagang mengubah jam buka tokonya mencapai pendapatan yang maksimal.

Penelitian Kasman Rasyidin dan T. Zulham (2017) dengan judul “Dampak kemunculan pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional di Kota Banda Aceh”. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, persepsi positif antara lain bahwa adanya manfaat bagi masyarakat serta sering berbelanja di pedagang kaki lima dikarenakan harga barang yang dijual lebih murah juga kualitas yang sama seperti barang yang dijual di toko dan supermarket. Persepsi negatif yaitu keberadaan pedagang kaki lima bisa mengganggu ketertiban dan juga kebersihan kota dikarenakan kondisi PKL yang berantakan dan tidak tertata dengan rapi, mereka juga sering membuang sampah sembarangan, serta dapat mengganggu kelancaran arus lalu lintas dan menyebabkan kemacetan di jalan Kota Banda Aceh.

Penelitian Syekhul fanan (2017) dengan judul “Pertumbuhan ritel modern terhadap ritel tradisional (Studi Kasus Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat Mundu Pesisir Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon)”. Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. Lokasi penelitian berada di Desa Mundu Pesisir Kabupaten Cirebon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, adanya ritel tradisional di

Desa Mundu Pesisir sangat membantu perekonomian pedagang karena menjadikan wadah perekonomian perdagangan.

Penelitian Mujahid (2018) dengan judul “Dampak keberadaan minimarket terhadap warung kecil di Kota Makassar”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Lokasi penelitian berada di sekitar minimarket Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan minimarket bukan hanya akan berdampak negatif saja tetapi berdampak positif dan bahkan tidak berdampak sama sekali kepada warung kecil yang telah ada sebelum didirikannya minimarket.

Penelitian Arnisyah (2020) dengan judul “Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong (Studi Kasus Di Wilayah Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat)”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Lokasi penelitian berada di Kelurahan Srengseng Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pelaku toko kelontong memiliki persepsi negatif yang tinggi terhadap keberadaan Minimarket. Mereka menganggap bahwa keberadaan Minimarket berdampak negatif terhadap usaha mereka.

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terkait**

No	Peneliti	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil penelitian
1	Endi Sarwoko (2008) Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang.	Deskriptif	Subjek penelitian yaitu Kawasan pasar tradisional di wilayah kabupaten malang.	Persamaan dari segi objek penelitian ini ialah guna untuk mengetahui dampak keberadaan minimarket terhadap kelangsungan usaha warung kecil	Setelah beroperasinya Alfamart dan Indomaret disekitar pasar tradisional maka terdapat peningkatan omset pasar pedagang tradisional. Sedangkan variabel keuntungan yang diperoleh pedagang tradisional mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Sedangkan tidak adanya perubahan
2	Melita Iffah, Fauzul Rizal, Nindya Sari (2012)	Kualitatif	Subjek penelitian yaitu Kawasan kecamatan blimbing kota malang	persamaan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik minimarket dan karakteristik toko usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, semakin besar jangkauan minimarket, maka akan semakin

No	Peneliti	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil penelitian
				kecil, mengetahui persepsi dan preferensi masyarakat terhadap toko usaha kecil dan minimarket, dan mengetahui pengaruh dari keberadaan minimarket terhadap toko usaha kecil skala lingkungan berkaitan dengan jangkauan pelayanannya	banyak toko yang terfriksi dengan jangkauan pelayanannya, semakin jauh toko usaha kecil terhadap minimarket, pengaruh yang ditimbulkan akan semakin kecil. Namun, semakin dekat toko usaha kecil dengan minimarket, maka pengaruh yang sangat besar terjadi pada jumlah konsumen yang datang setiap harinya.
3	Reza Haditya Raharjo (2015)	Kualitatif	Subjek penelitian yaitu kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang.	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat keuntungan toko kelontong sebelum dan sesudah adanya minimarket	Menunjukkan bahwa adanya perubahan tingkat omset, keuntungan jumlah pembeli dan jam buka toko akibat dari munculnya minimarket modern di

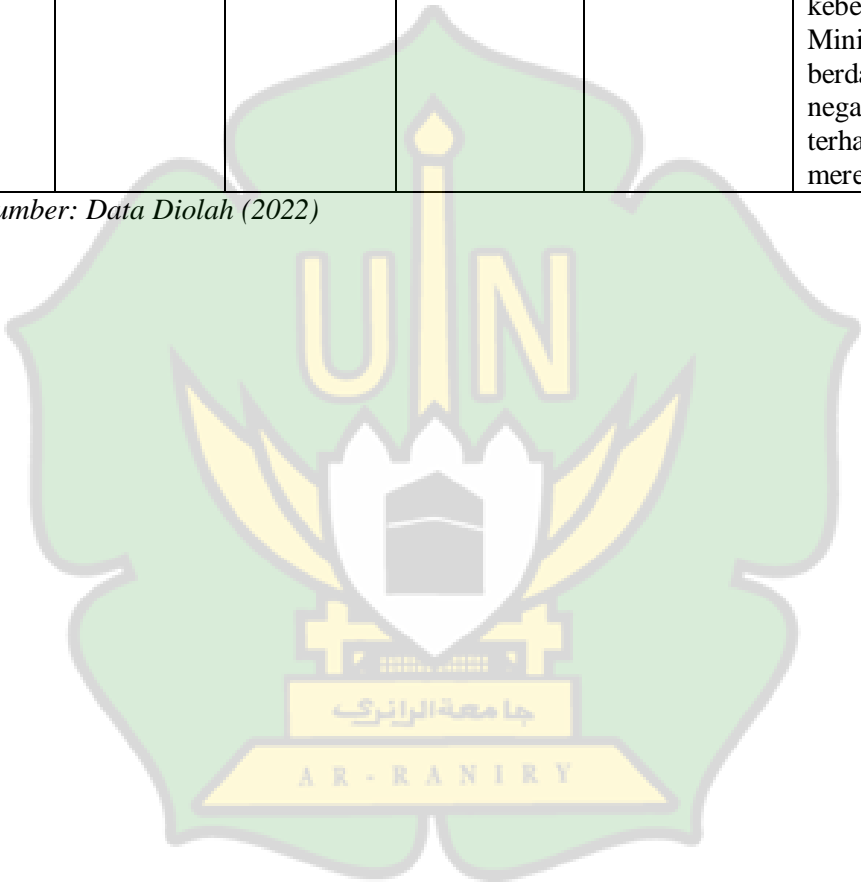
No	Peneliti	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil penelitian
				modern di sekitarnya.	sekitar toko kelontong.
4.	Kasman Rasyidin dan T. Zulham (2017)	Kualitatif	Objek penelitian dalam penelitian ini pedagang pasar tradisional yang berkaitan dengan jumlah pelanggan dan pendapatan sebelum dan setelah adanya pasar <i>modern</i> , serta strategi yang dilakukan pedagang pasar tradisional dalam menghadapi pasar <i>modern</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kemunculan pasar <i>modern</i> terhadap pedagang pasar tradisional di Kota Banda Aceh	Menunjukkan bahwa, persepsi positif antara lain bahwa adanya manfaat bagi masyarakat serta sering berbelanja di pedagang kaki lima dikarenakan harga barang yang dijual lebih murah. Sedangkan persepsi negatif yaitu keberadaan pedagang kaki lima bisa mengganggu ketertiban dan juga kebersihan kota dikarenakan kondisi PKL yang berantakan.
5	Syekhul Fanan (2017)	Kualitatif	Subjek penelitian yaitu Kawasan Desa Mundu	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau	Menunjukkan bahwa, adanya ritel tradisional di Desa Mundu Pesisir



No	Peneliti	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil penelitian
			Pesisir Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon.	tidaknya dampak pertumbuhan pasar <i>modern</i> terhadap pasar tradisional di Kota Banda Aceh	sangat membantu perekonomian pedagang karena menjadikan wadah perekonomian perdagangan
6	Mujahid (2018)	Kuantitatif	Subjek penelitian yaitu kawasan warung kecil di sekitar lokasi minimarket yang di Kota Makassar	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan minimarket terhadap kelangsungan usaha warung kecil	Menunjukkan bahwa, adanya minimarket bukan hanya akan berdampak negatif saja, tetapi berdampak positif dan bahkan tidak berdampak sama sekali kepada warung kecil yang telah ada sebelum didirikannya minimarket
7	Arnisyah (2020)	Kualitatif	Subjek penelitian yaitu kawasan kelurahan srengseng kecamatan Kembangan,	Penelitian ini bertujuan untuk melihat upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha toko klontong untuk menjaga eksistensinya	Menunjukkan bahwa, pelaku toko kelontong memiliki persepsi negatif tinggi terhadap keberadaan Minimarket.

No	Peneliti	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil penelitian
			Jakarta Barat.		Mereka menganggap bahwa keberadaan Minimarket berdampak negatif terhadap usaha mereka.

Sumber: Data Diolah (2022)



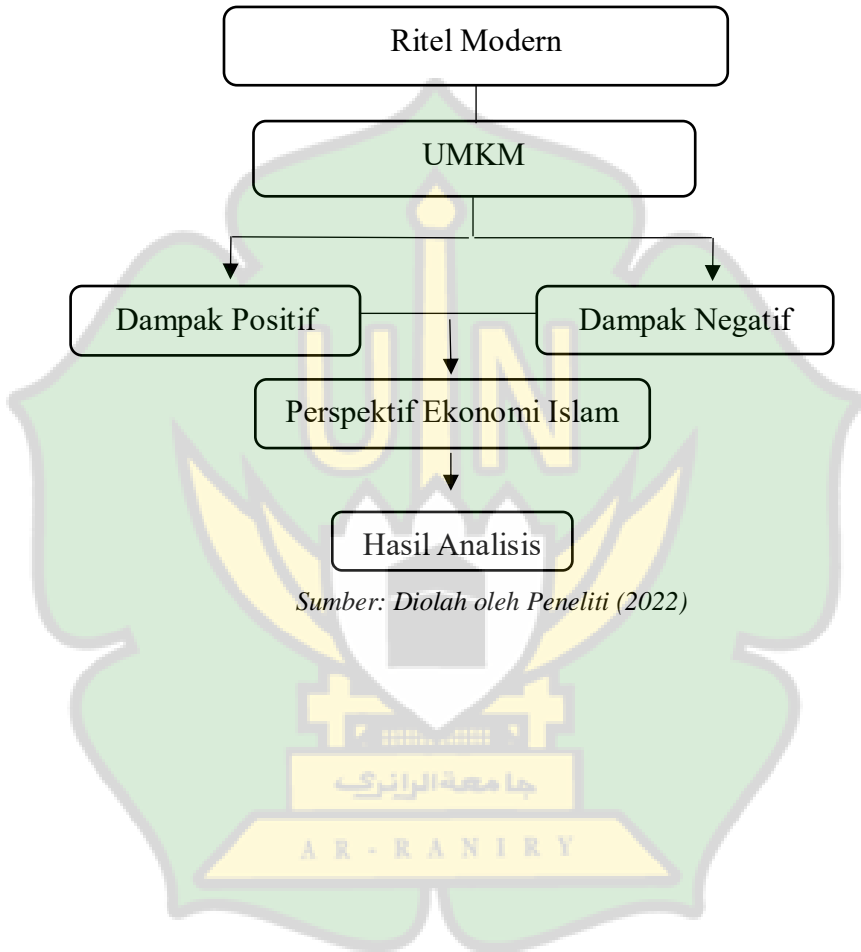
## 2.5 Kerangka Pemikiran

Dalam menunjang agar dapat tetap terarah pada fokus penelitian maka disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggali informasi yang berkaitan dengan analisis dampak keberadaan ritel modern terhadap UMKM di Kota Banda Aceh. Keberadaan ritel modern saat ini menciptakan adanya penambahan yg tdk terbatas dan semakin luas di berbagai daerah. Di era modern saat ini, banyak masyarakat yang mengutamakan kenyamanan dan pelayanan, tentunya membuat ritel modern menjadi berkembang pesat jika dibandingkan dgn ritel tradisional.

Tahap awal dalam penelitian ini menggunakan 2 sumber data yang pertama yaitu data primer, melakukan observasi dan wawancara dengan kedua data sekunder, yaitu menggunakan data yang sudah ada sebelumnya seperti jurnal, website dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

## Gambar 2.1 Kerangka pemikiran

Berikut adalah skema kerangka pemikiran:



*Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)*

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan permasalahan dan fokus penelitian. Sugiyono (2015) mengatakan bahwa penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian dengan menggunakan kondisi objek alamiah dimana, peneliti sebagai instrumen kunci yang digunakan untuk meneliti. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan suatu kejadian di masa yang sekarang atau sedang berlangsung. Penelitian yang menampilkan prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Peneliti melakukan pendekatan lapangan dengan tujuan untuk menggali data yang bersumber dari tempat atau lokasi penelitian. Dalam penelitian ini objek yang dimaksud pada temuan fakta alamiah di lapangan terkhusus mengenai analisis dampak keberadaan ritel modern bagi UMKM di kota Banda Aceh dalam perspektif ekonomi Islam.

### **3.2 Subjek Dan Objek Penelitian**

Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, tidak dikenal dengan populasi dan sampel seperti dalam penelitian kuantitatif. Karena penelitian berdasarkan dari kasus keberadaan individu atau kelompok dalam situasi sosial tertentu dan hasilnya hanya berlaku pada situasi sosial itu. Menurut Arikunto

(2016:26) subjek penelitian adalah memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, data tentang variabel yang peneliti amati.

Teknik pemilihan informan yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling purposive. Sampling purposive (Sugiyono, 2021: 133) merupakan pengambilan informan berdasarkan pada responden yang sesuai dengan tujuan penelitian dengan kriteria alasan tertentu yang kuat untuk dipilih. Adapun informan yang dimaksud, dalam wawancara penelitian ini yaitu Pemilik Toko Kelontong/pelaku UMKM karena sebagai inti permasalahan yang dibahas pada penelitian ini. Subjek utama dalam penelitian ini adalah para UMKM toko kelontong yang terkena dampak dari minimarket. Berikut ini nama-nama pedagang/toko di 3 kecamatan.

**Tabel 3.1**  
**Informan Penelitian**

No	Nama	Status/Jabatan	Ket
1	Aden hidayat	Pemilik Toko Kelontong	NS 1
2	Hendri Saputra	Pemilik Toko Kelontong	NS 2
3	Muhammad Nazar	Pemilik Toko Kelontong	NS 3
4	Rahmawati	Pemilik Toko Kelontong	NS 4
5	Salsabila Putri	Pemilik Toko Kelontong	NS 5

6	Zubaidah	Pemilik Toko Kelontong	NS 6
7	Ari Fadilla	Pegawai Dinas Koperasi UKM Dan Perdagangan	NS 7
8	Dr. Teuku Meldi Kesuma, SE. MM	Akademisi	NS 8

*Sumber: Data Diolah (2023)*

### 3.3 Data Dan Teknik Pemerolehannya

Pengumpulan data adalah langkah yang sangat strategis pada suatu penelitian dalam memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara terstruktur

Edi (2016) mengatakan bahwa wawancara terstruktur adalah pewawancara menentukan terlebih dahulu data yang diperlukan. Pewawancara juga menyusun pertanyaan-pertanyaan dengan cara-cara tertentu agar memunculkan jawaban-jawaban yang berkorespondensi dengan kategori-kategori yang sudah ditentukan pada aspek teori.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara atau proses pengumpulan data dan informasi dalam bahan yang berbentuk buku, dokumen, arsip, tulisan angka dan gambar sehingga diperoleh data yang berhubungan dengan yang penelitian (Sugiyono, 2018). Dokumentasi berbentuk tulisan,

gambaran, atau karya monumental dari seseorang. Dengan adanya dokumentasi akan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data dan kategori bahan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

### **3.4 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian digunakan untuk mendapatkan data, informasi, keterangan dan hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan penelitian serta sebagai tempat pelaksanaannya penelitian yang akan peneliti lakukan. Penelitian ini dilakukan di 3 kecamatan yaitu, Kecamatan Baiturrahman, Kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Kuta Alam. Dasar pemilihan lokasi merupakan kecamatan dengan jumlah sarana perdagangan terbanyak di kota Banda Aceh. Adapun jumlah UMKM toko kelontong yang ada di 9 kecamatan di kota Banda Aceh berjumlah 986 unit toko kelontong. Adapun besaran sampel yang dipilih dari 3 kecamatan berjumlah 6 orang, serta 1 orang pegawai kantor dan 1 orang akademisi. Alasan penulis mengambil lokasi pada 3 kecamatan ini adalah karena hasil observasi lapangan penulis mendapati bahwasannya 3 kecamatan di atas memiliki kepadatan penduduk paling tinggi serta jumlah UMKM dan ritel modern paling banyak di Kota Banda Aceh.

### **3.5 Sumber Data**

Data adalah segala bentuk informasi, fakta dan realita yang terkait atau relevan dengan apa yang dikaji/diteliti (Ibrahim, 2015). Data dalam penelitian ini adalah data kualitatif, dimana data ini



diperoleh secara langsung dari narasumber atau informan yang terkait dengan penelitian ini. Sedangkan sumber data adalah para informan yang akan memberikan informasi data yang dibutuhkan oleh peneliti dalam hal melakukan penelitian. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang diberikan datanya secara langsung kepada pihak yang mengumpulkan data, berisi wawancara dengan pihak yang bersangkutan dan pihak yang bertanggung jawab (Sugiyono, 2018). Penelitian ini memperoleh data primer dengan cara melakukan wawancara (*interview*) maupun penggunaan instrumen pengukuran yang khusus dirancang sesuai dengan tujuan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak diberikan secara langsung kepada pihak yang mengumpulkan data (Sugiyono, 2018). Pengumpulan data dalam bentuk teks seperti buku, jurnal, website, surat kabar dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan penelitian. Data ini digunakan oleh peneliti sebagai pelengkap dari data primer. Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama dan dokumen atau sumber tertulis lainnya merupakan data tambahan.

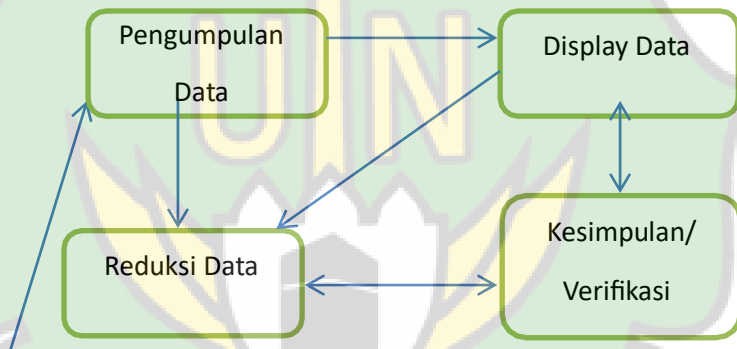
### **3.6 Metode Analisis Data**

Analisis data menurut Sugiyono (2018:482) merupakan suatu proses yang mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Sedangkan menurut Moleong (2017:280-281) analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Ketepatan dan keakuratan data yang terkumpul sangat diperlukan, namun tidak dapat pula dipungkiri bahwa sumber informasi yang berbeda akan memberikan informasi yang berbeda pula. Pekerjaan menganalisis data memerlukan usaha pemusatan perhatian dan pengorbanan tenaga fisik dan pikiran sendiri. Selain menganalisis data, peneliti juga perlu mendalami kepustakaan guna mengonfirmasikan teori. Data penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi) dan dilakukan secara terus-menerus tersebut yang mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Teknik analisis data yang digunakan oleh penelitian menggunakan model Miles and Huberman.

Menurut Sugiyono (2018:246) analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jelas dan komplit. Miles dan Huberman menawarkan pola umum analisis dengan mengikuti model interaktif sebagai berikut:

**Gambar 3.1 Komponen Analisis Data**



- a. Reduksi Data memiliki arti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah dirangkum akan memberikan gambaran yang jelas serta mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Reduksi data disini dilakukan penulis setelah data-data yang penulis dapatkan dilapangan melalui hasil wawancara dengan responden untuk dilakukan analisis dan diolah sehingga bisa dijadikan data yang akurat.

- b. Penyajian Data dilakukan setelah data tereduksi, selanjutnya melakukan penyajian data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sebagainya, gunanya adalah agar memudahkan serta untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya dengan berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.
- c. Verifikasi merupakan langkah terakhir dalam penarikan kesimpulan dan verifikasi. Tahap ini peneliti akan menarik atau memaparkan kesimpulannya dari data dan informasi yang telah diperoleh. Kesimpulan awal yang dikemukakan oleh peneliti masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Kota Banda Aceh berada di ujung barat pulau Sumatra yang merupakan ibu kota dari provinsi Nanggroe Aceh Darussalam dan dikenal sebagai Kota Serambi Mekkah. Dapat dikatakan juga bahwa Kota Banda Aceh merupakan satu dari 23 kabupaten/kota yang berada di Provinsi Aceh sekaligus ibu Kota Provinsi Aceh. Keberadaan Kota Banda Aceh terdiri dari 9 kecamatan yaitu kecamatan Meuraxa, Jaya Baru, Banda Raya, Baiturrahman, Lueng Bata, Kuta Alam, Kuta Raja, Syiah Kuala dan Ulee Kareng (Badan Pusat Statistik, 2018). Oleh karena itu, yang menjadi lokasi dalam penelitian ini diambil pada tiga kecamatan yaitu Kecamatan Baiturrahman, Kuta Alam dan Syiah Kuala. Ketiga kecamatan tersebut merupakan kecamatan dengan jumlah sarana perdagangan terbanyak di Kota Banda Aceh.

Lebih lanjut, Kota Banda Aceh memiliki potensi sangat strategis yaitu sebagai pusat pemerintahan yang menjadi salah satu bagian dari pusat perekonomian, politik, sosial dan kebudayaan. Kota Banda Aceh merupakan pusat pengembangan wisata yang berbasis masyarakat dan budaya Islami, yang meliputi wisata alam, wisata budaya dan spiritual, wisata tsunami, wisata kuliner, wisata pendidikan, dan sebagainya. Salah satu mata pencaharian utama di Kota Banda Aceh adalah perdagangan dan perikanan, akan tetapi

terdapat suatu tantangan pembangunan di Kota Banda Aceh yaitu adanya urbanisasi dan kebijakan tata ruang.

#### **4.1.1 Wilayah Dan Penduduk Kecamatan Baiturrahman**

Kecamatan Baiturrahman terdapat keunikan tersendiri jika dibandingkan dengan Kecamatan yang lain, yaitu posisinya berada di tengah Kota Banda Aceh. Kecamatan ini memiliki 10 desa atau kelurahan yang terdiri dari Ateuk Deah Tanoh, Ateuk Jawo, Ateuk Munjeng, Ateuk Pahlawan, Seutui, Sukaramai, Neusu Aceh, Neusu Jaya, Peuniti, Kampung Baru. Kampung Baru merupakan gampong dengan luas terbesar dibandingkan dengan gampong yang lainnya di Kecamatan Baiturrahman yakni 93,25 Ha, kemudian gampong dengan luas terkecil yaitu Ateuk Deah Tanoh memiliki luas 15,75 Ha. Kecamatan Baiturrahman memiliki luas wilayah 0,48917 Km<sup>2</sup> (489,17 Ha). Wilayah Kecamatan Baiturrahman di sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Kuta Raja, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Banda Raya, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Baiturrahman dan di sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Meuraxa (Kecamatan Baiturrahman dalam angka 2021)

Kecamatan Baiturrahman pada masa penjajahan menjadi salah satu tempat yang berfungsi sebagai pusat pemerintahan colonial Belanda. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya bangunan berarsitektur kolonial dan kantor kantor yang berlokasi disana. Masjid Raya Baiturrahman juga salah satu bangunan bersejarah yang menjadi saksi bisu dalam garis waktu perjalanan dan sejarah besar bangsa Aceh, hal lainnya adalah kompleks perumahan

perwira KNIL yang berada di Neusu Kecamatan Baiturrahman dan merupakan salah satu komplek perumahan perwira tinggi yang cukup disegani di masa kolonial dulu. Pada tahun 2021, Jumlah penduduk di Kecamatan Baiturrahman tahun 2021 berdasarkan data Kecamatan Baiturrahman dalam angka tercatat 32.372 jiwa yang terdiri atas penduduk pria 16.239 jiwa dan penduduk wanita 16.133 Jiwa (Kecamatan Baiturrahman dalam angka 2021). Adapun jumlah penduduk menurut gampong dan jenis kelamin pada Kecamatan Baiturrahman pada tahun 2021 dapat dilihat dalam Tabel 4.1.

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Penduduk Menurut Gampong Dan Jenis Kelamin**  
**Dalam Kecamatan Baiturrahman Tahun 2021**

No	Nama Gampong	Jumlah		Jumlah (Jiwa)
		Laki Laki	Perempuan	
1	Ateuk Jawo	1.543	1.492	3.035
2	Ateuk Deah Tanoh	542	533	1.095
3	Ateuk pahlawan	2.053	2.038	4.091
4	Ateuk munjeng	1.094	1.065	2.159
5	Neusu aceh	1.935	1.928	3.863
6	Seutui	1.593	1.650	3.243
7	Sukaramai	1.999	2.109	4.108
8	Neusu jaya	1.215	1.206	2.421
9	Peuniti	2.973	2.919	5.892

10	Kampung baru	1.292	1.173	2.465
<b>jumlah</b>		<b>16.239</b>	<b>16.133</b>	<b>32.372</b>

*Sumber: Kecamatan Baiturrahman Dalam Angka (2021)*

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa, jumlah penduduk menurut gampong dan jenis kelamin di Kecamatan Baiturrahman tahun 2021 memperoleh jumlah jiwa sebanyak 32.372 yang terdiri atas penduduk pria berjumlah 16.239 jiwa dan penduduk wanita 16.133 jiwa. Akan tetapi, jika dilihat berdasarkan jumlah jiwa tertinggi yaitu Gampong Peuniti dengan jumlah jiwa 5.892. Sedangkan jumlah jiwa terendah yaitu Gampong Ateuk Deah Tanoh dengan jumlah jiwa 1.095.

Pada kecamatan ini peneliti mengambil dua sampel penelitian yaitu, Toko klontong Aden jaya dan toko klontong restu jaya. Toko yang berlokasi di Kecamatan Baiturrahman ini berdiri pada tahun pertengahan tahun 2010, awalnya toko ini masih berupa kios kecil yang pada akhirnya setelah beberapa tahun berbisnis pemilik berhasil mengekspansi usahanya menjadi bangunan ruko dua tingkat, di awal pembukaannya toko ini mengalami perputaran ekonomi yang cukup kencang sebelum pada akhirnya dua tahun kemudian dibukanya ritel modern pertama kali di Banda Aceh. Ritel modern yang dibangun di dekat lokasi usaha Aden Jaya adalah Indomaret, ritel modern ini berjarak hanya sekitar 15 meter dari usaha toko kelontong Aden Jaya, Ritel Modern ini sendiri berdiri sekitar akhir tahun 2012 yang dimana saat itu merupakan masa awal masuknya ritel modern di Kota Banda Aceh. Sedangkan toko



Kelontong Restu Jaya merupakan usaha yang dimiliki oleh sepasang suami istri yang berdiri di tahun 2015. Di awal merintis usaha, pemilik masih menyewa bangunan untuk lokasi usaha mereka sebelum pada akhir 2022 mereka akhirnya dapat membeli toko yang dipergunakan sekarang untuk lokasi usaha mereka. Setahun setelah toko kelontong Restu Jaya berdiri, ritel modern Indomaret ikut berdiri juga tak jauh dari lokasi usaha mereka, Indomaret berdiri pada tahun 2016 dan hanya berjarak sekitar 10 meter dari lokasi usaha kelontong Restu Jaya dan memiliki posisi berhadapan dengan lokasi usaha toko kelontong.

#### **4.1.2 Wilayah Dan Penduduk Kecamatan Kuta Alam**

Kecamatan kuta alam memiliki 11 desa/kelurahan yang terdiri dari desa laksana, Peunayong, Kuta Alam, Keuramat, Beurawe, Bandar Baru, Kota Baru, Mulia, Lamdingin, Lampulo, Lambaro Skep. Kecamatan Kuta Alam memiliki luas wilayah 10,2045 Km<sup>2</sup> atau 1020,45 Ha. Wilayah Kecamatan Kuta Alam di sebelah utara berbatasan dengan Selat Malaka juga sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Baiturrahman dan sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Syiah Kuala serta di sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Kuta Raja (kecamatan kuta alam dalam angka, 2021). Kecamatan Kuta Alam menjadi salah satu wilayah dengan jumlah penduduk terbanyak di Kota Banda Aceh dengan Gampong Lampulo sebagai desa yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di kecamatan ini.

Lebih lanjut, Kecamatan Kuta Alam menjadi salah satu ikon Kota Banda Aceh karena keberagaman suku yang ada di situ, seperti daerah Peunayong yang merupakan basis daerah tempat tinggal warga Tionghoa dan lokasi terbanyak tempat ibadah bagi warga non Islam yang tinggal di Kota Banda Aceh. Adapun jumlah penduduk di Kecamatan Kuta Alam berdasarkan jumlah penduduk menurut gampong dan jenis kelamin pada tahun 2021 dapat dilihat pada Tabel 4.2.

**Tabel 4.2**  
**Jumlah Penduduk Menurut Gampong Dan Jenis Kelamin**  
**Dalam Kecamatan Kuta Alam Tahun 2021**

No	Nama Gampong	Jenis Kelamin		Jumlah (Jiwa)
		Laki-laki	Perempuan	
1	Peunayong	1.135	1.109	2.244
2	Laksana	1.701	1.787	3.488
3	Keuramat	1.668	1.708	3.376
4	Kuta Alam	1.778	1.743	3.521
5	Beurawe	2.516	2.427	4.943
6	Kota Baru	648	724	1.372
7	Bandar Baru	2.465	2.515	4.980
8	Mulia	2.304	2.204	4.508
9	Lampulo	2.638	2.586	5.224
10	Lamdingin	1.673	1.633	3.306
11	Lambaro Skep	2.708	2.784	5.492
<b>Jumlah</b>		<b>21.234</b>	<b>21.220</b>	<b>42.454</b>

*Sumber: Kecamatan Kuta Alam Dalam Angka (2021)*

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa, jumlah penduduk menurut gampong dan jenis kelamin di Kecamatan Kuta Alam tahun 2021 memperoleh jumlah jiwa dalam angka 42.454 yang terdiri atas penduduk pria berjumlah 21.234 jiwa dan penduduk

wanita 21.220 Jiwa. Akan tetapi, jika dilihat berdasarkan jumlah jiwa tertinggi berada pada Gampong Lambaro Skep dengan jumlah jiwa 5.492 sedangkan jumlah jiwa terendah yaitu Gampong Kota Baru dengan jumlah jiwa 1.372.

Pada kecamatan ini peneliti mengambil dua sampel penelitian yaitu, toko klontong poma jaya dan toko klontong UD Mulia. Toko Kelontong Poma Jaya berdiri pada tahun 2008, toko kelontong ini sendiri sudah cukup lama berdiri, dari hasil keterangan pemilik usaha, toko kelontong ini awalnya di modali oleh bantuan usaha pasca Tsunami Aceh 2004 silam. Dua tahun setelah toko kelontong ini berdiri, ritel modern mulai masuk ke daerah kecamatan Kuta Alam dan berlokasi tak jauh dari lokasi toko kelontong, hanya berjarak 3 ruko dari toko kelontong dan ritel modern ini cukup memberi dampak buruk bagi toko kelontong di awal usaha ritel di buka. Sedangkan toko UD Mulia yang berlokasi tak jauh dari toko kelontong Poma Jaya berdiri pada awal tahun 2017 silam, Toko UD mulia sendiri menjadi salah satu tempat grosir terkenal yang ada di kecamatan Kuta Alam dan cukup ramai karena berkonsep cukup modern, namun pada tahun 2018 salah satu ritel modern Alfamart berdiri bersebrangan dengan toko UD mulia dan mulai memperketat persaingan usaha yang ada di Kecamatan Kuta Alam.

#### **4.1.3 Wilayah Dan Penduduk Kecamatan Syiah Kuala**

Kecamatan Syiah Kuala memiliki 19 desa yang berasal dari Kecamatan Ingin Jaya dan Kecamatan Darussalam dengan ibu Kota Kecamatan berada di Gampong Lamgugob. Berdasarkan Peraturan

Daerah Kota Banda Aceh No.8 Tahun 2000 mengenai pembentukan susunan organisasi dan tata kerja Kecamatan Jaya Baru, Kecamatan Ulee Kareng, Kecamatan Banda Raya, Kecamatan Kuta Raja dan Kecamatan Lueng Bata telah menjadi penyebab perubahan wilayah dengan demikian sebagian wilayah Kecamatan Syiah Kuala berkurang dan membentuk Kecamatan Ulee Kareng sebagai pecahan dari kecamatan induk. Saat ini Kecamatan Syiah Kuala terdiri dari 3 Kemukiman, 10 Gampong dan 41 Dusun. Sesuai Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 175 Tahun 2006 tanggal 17 April 2006 tentang Pembentukan Gampong Peurada Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh, gampong termuda juga merupakan satu-satunya gampong yang lahir setelah Kecamatan Syiah Kuala terbentuk yaitu Gampong Peurada (Kecamatan Syiah Kuala dalam angka, 2021).

Kecamatan Syiah Kuala memiliki luas wilayah 14,244 Km<sup>2</sup> (1.424,4 Ha). Wilayah Kecamatan Syiah Kuala di sebelah utara berbatasan dengan selat malaka, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Ulee Kareng, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Aceh Besar dan di sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Kuta Alam (Kecamatan Syiah Kuala Dalam Angka 2021). Adapun jumlah penduduk Kecamatan Syiah Kuala berdasarkan jumlah penduduk menurut gampong dan jenis kelamin pada tahun 2021 dapat dilihat pada Tabel 4.2.

**Tabel 4.3**  
**Jumlah Penduduk Menurut Gampong Dan Jenis Kelamin**  
**Dalam Kecamatan Syiah Kuala Tahun 2021**

No	Nama Gampong	Jenis Kelamin		Jumlah (Jiwa)
		Laki-laki	Perempuan	
1	Ie Masen KayeAdang	2.297	2.347	4.644
2	Pineung	2.007	2.105	4.112
3	Langugob	2.095	2.148	4.243
4	Kopelma Darussaalam	1.596	1.710	3.306
5	Rukoh	1.958	1.886	3.844
6	Jeulingke	2.822	2.734	5.556
7	Tibang	983	960	1.943
8	Deah Raya	622	585	1.207
9	Alue Naga	1.044	1.014	2.058
10	Peurada	1.261	1.371	2.632
<b>Jumlah</b>		<b>16.685</b>	<b>16.860</b>	<b>33.545</b>

*Sumber: Kecamatan Syiah Kuala Dalam Angka (2021)*

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Syiah Kuala pada tahun 2021 terdapat dalam angka 33.545 yang terdiri atas penduduk pria berjumlah 16.685 jiwa dan penduduk wanita 16.860 Jiwa. Akan tetapi, jika dilihat berdasarkan jumlah jiwa tertinggi berada pada gampong Jeulingke dengan jumlah jiwa 5.556 sedangkan yang terendah berada pada gampong Deah Raya dengan jumlah jiwa 1.207.

Pada kecamatan ini peneliti mengambil dua sampel penelitian yaitu, toko klontong faris jaya dan toko klontong Hendri. Toko klontong faris jaya berdiri pada tahun 2014 ini menjadi salah satu pusat perbelanjaan yang cukup di unggulkan warga sekitar kecamatan Syiah Kuala. Hal ini dikarenakan harga yang cukup

murah dan menjadi pilihan utama mahasiswa yang ada untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari di sana, namun 2 tahun selang dari usaha toko kelontong berjalan, ritel modern masuk di tahun 2016 dan mulai memotong usaha yang sudah di rintis Toko Kelontong Faris Jaya. Sedangkan toko klontong Hendri berdiri pada tahun 2015, usaha yang di kelola kakak beradik ini mengalami pasang surut keuntungan di awal usaha di buka, hal ini semakin diperburuk setelah ritel modern Alfamart buka tak jauh dari lokasi usaha mereka, Almafart sendiri berdiri tahun 2016 dan berlokasi hanya sekitar 20 meter dari lokasi usaha toko kelontong Hendri.

## **4.2 Hasil Penelitian**

### **4.2.1 Analisis Dampak UMKM Dalam Menghadapi Keberadaan Ritel Modern di Kota Banda Aceh**

Berkembangnya keberadaan Toko Ritel Modern ini bagi sebagian besar pedagang/pelaku UMKM yang sudah melakukan wawancara dengan peneliti sangat berdampak bagi kelangsungan usaha yang dijalankan. Bagi sebagian pedagang kemunculan dan perkembangan toko ritel modern ini tidak berpengaruh banyak. Akan tetapi, bagi sebagian lain perkembangannya sangat berpengaruh. Menurut para pedagang, kemunculan dan perkembangan keberadaan toko ritel modern cukup berdampak negatif pada usahanya. Hal ini dikarenakan setelah berkembangnya keberadaan ritel modern ini pendapatan yang mereka terima hampir berkurang lebih dari setengah pendapatan yang mereka terima sebelum berkembangnya toko ritel modern ini Selain pendapatan yang mereka terima

perharinya menurun, menurut mereka hal lainnya juga ikut merasakan dampaknya atas perkembangan keberadaan toko ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret. Hal lain yang menurut para pedagang ikut merasakan dampak dari perkembangan ini adalah seperti penurunan jumlah pembeli dan juga keuntungan yang mereka dapatkan di setiap harinya. Dampak yang dirasakan oleh para pedagang ini diakibatkan karena para pembeli lebih memilih untuk berbelanja di toko ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret karena alasan tempat yang lebih nyaman, pelayanan yang diberikan lebih baik daripada warung-warung kecil, dan juga promo-promo serta potongan harga yang kadang diberikan oleh toko ritel modern Alfamart dan Indomaret.

Dalam menghadapi banyaknya ritel modern yang tumbuh pelaku UMKM mengatakan ia tetap bertahan dengan meningkatkan strategi pemasaran serta menjamin harga barang yang dijual dibawah harga ritel. Pelaku usaha UMKM juga harus memahami cara memakai teknologi dengan cara melakukan pemasaran digital, sangat mudah bagi pelaku usaha UMKM kecil untuk menciptakan promosi barang dengan gratis di internet secara besar. Saat ini, kegiatan pemasaran bisnis tidak perlu lagi dilakukan secara *offline*. Pemasaran melalui media sosial yang dilakukan secara alami dan mulut ke mulut melalui *influencer* merupakan salah satu cara terbaik bagi pelaku usaha UMKM untuk bertemu dengan konsumen dan menaikkan nama usaha di dunia maya dan bertahan di tengah persaingan melawan ritel modern. Kehadiran pemasaran digital juga

dapat membuat usaha UMKM tampak lebih bagus. Calon pelanggan akan memiliki kesempatan untuk melakukan observasi sebelum membeli dan mempertimbangkan kredibilitas usaha serta barang yang diperdagangkan.

#### **4.2.2 Pendapatan UMKM Sebelum dan Sesudah Adanya Ritel Modern**

Berkembangnya keberadaan Toko Retail *Modern* ini bagi sebagian besar pedagang atau pelaku UMKM yang sudah melakukan wawancara dengan peneliti sangat berdampak bagi kelangsungan usaha yang dijalankan. Bagi sebagian pedagang mungkin kemunculan dan perkembangan toko retail *modern* ini tidak berdampak banyak. Akan tetapi, bagi sebagian lain perkembangannya sangat berdampak. Bagi para pedagang, kemunculan dan perkembangan keberadaan toko retail *modern* cukup berdampak negatif pada usahanya. Hal ini dikarenakan setelah berkembangnya keberadaan ritel *modern* ini pendapatan yang mereka terima hampir berkurang lebih dari setengah pendapatan yang mereka terima sebelum berkembangnya toko retail *modern*. Melihat pendapatan yang mereka terima perharinya menurun, menurut mereka hal lainnya juga ikut merasakan dampaknya atas perkembangan keberadaan toko retail *modern* seperti Alfamart dan Indomaret. Hal lain yang menurut para pedagang ikut merasakan dampak dari perkembangan ini adalah seperti penurunan jumlah pembeli dan juga keuntungan yang mereka dapatkan di setiap harinya. (Menurut para pedagang umkm merasakan dampak dari keberadaan ritel modern



alfamart dan indomaret penurunan jumlah pembeli dan pendapatan mereka setiap harinya. Pelaku umkm harus bangkit dan seimbang dengan keberadaan ritel modern sehingga pendapatannya stabil.

Salah satu hal yang menjadi dampak yang dirasakan oleh para pedagang ini diakibatkan karena para pembeli lebih memilih untuk berbelanja di toko ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret karena alasan tempat yang lebih nyaman, pelayanan yang diberikan lebih baik daripada warung-warung kecil, dan juga promo-promo serta potongan harga yang kadang diberikan oleh toko ritel modern Alfamart dan Indomaret. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan pelaku usaha UMKM menunjukkan bahwa, kehadiran retail cukup berdampak bagi omset dan pendapatan pelaku usaha UMKM hal ini merujuk bagaimana minat para pembeli berubah dari toko tradisional ke retail, alasannya karena para konsumen beranggapan bahwa belanja di retail lebih memudahkan dalam kegiatan memilih barang serta lebih tertata.

Peneliti telah melakukan wawancara dengan salah satu pelaku usaha UMKM yang bernama Rahma, bahwasannya ia yang berdagang semenjak tahun 2013 merasakan dampak yang cukup signifikan terhadap penghasilannya, hal tersebut berpatokan pada keuntungan sebelum merebaknya ritel modern di kota Banda Aceh pedagang bisa meraih keuntungan sampai dengan 80%, namun semenjak kehadiran dan menjamurnya ritel UMKM khususnya toko-

toko kelontong ritel, omsetnya menurun jadi hanya sekitar 50%. Narasumber selaku pedagang UMKM berharap agar pemerintah bisa juga turun tangan membantu agar menciptakan lingkungan usaha yang sehat bagi pedagang kecil, narasumber menyebutkan bahwa pelaku UMKM kecil kehilangan pelanggan dan lebih memilih belanja ke ritel, ia menambahkan lagi bahwasannya UMKM kecil berbentuk toko kelontong kecil berbeda dengan UMKM grosir yang penghasilannya cenderung stabil. Adapun pendapatan UMKM sebelum dan sedah adanya retail modern tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.4.

**Tabel 4.4**  
**Pendapatan UMKM Sebelum Dan Sesudah Adanya Ritel Modern**

No	UMKM	Sebelum	Sesudah
1	Aden Hidayat	Rp3.500.000,- Rp5.000.000	Rp2.000.000 – Rp3.000.000
2	Hendri Saputra	Rp1.500.00 – Rp 2.500.000	Rp800.000 – Rp1.500.000
3	Muhammad Nazar	Rp7.000.000 – Rp10.000.000	Rp7.000.000 – Rp8.000.000
4	Rahmawati	Rp350.000 – Rp500.000	Rp200.000 – Rp350.000
5	Salsabila Putri	Rp500.000 – Rp700.000	Rp300.000 – Rp500.000

<b>6</b>	Zubaidah	Rp700.000 – Rp1.000.000	Rp500.000 - Rp600.000
----------	----------	----------------------------	--------------------------

*Sumber: Data Diolah (2023)*

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa pendapatan pelaku UMKM sebelum dan sesudah toko modern menjelaskan bahwa para informan yang memiliki persepsi ketika kehadiran toko modern yang zonasinya berdekatan dengan UMKM berdampak negatif kepada usaha mereka. Dampaknya yaitu menurunnya pendapatan para UMKM karena usaha mereka tidak dapat bersaing dengan Indomaret/ Alfamart yang berdiri disekitaran mereka. Hal ini disampaikan oleh pelaku UMKM yang usahanya berdiri sebelum adanya ritel modern di sekitar tahun 2010-2021 dimana pertumbuhan dan kemuculan ritel modern berbeda beda tiap tahunnya di tiap lokasi. Dampaknya yaitu menurunnya pendapatan para UMKM karena usaha mereka tidak dapat bersaing dengan Indomaret/ Alfamart yang berdiri disekitaran mereka.

#### **4.3 Pembahasan**

##### **4.3.1 Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap UMKM di Kota Banda Aceh**

Keberadaan ritel modern seperti memberikan dampak yang sangat besar bagi toko kelontong, dikarenakan kehadirannya membawa kesengsaraan bagi pedagang grosir dan bahkan mematikan bisnisnya. Saat ini keberadaan ritel modern sudah menjamur di mana-mana bahkan di tempat ramai penduduk. Terdapat beberapa hal menjelaskan fakta bahwa ada banyak toko

atau warung kecil terpengaruh. Pertama yaitu minimarket memberikan banyak diskon harga yang membuat harga barang tersebut relatif lebih murah yang melemahkan daya saing UMKM. Kedua, memiliki fasilitas dimana ritel modern memiliki lebih banyak fasilitas seperti AC dan musik yang membuat konsumen betah saat berbelanja di lokasi ini. Layanan pelanggan penting, di mana ritel modern menawarkan layanan terbaik sangat baik misal kesopanan, keramahtamahan dalam pelayanan, kemudahan menemukan objek yang diinginkan konsumen. Hal ini mengurangi minat konsumen untuk membeli dari UMKM.

Permasalahan yang dihadapi dalam pemberdayaan UMKM sampai sekarang ini semakin pelik dan bergelut pada masalah-masalah klasik seperti kesulitan akses terhadap permodalan, pasar, teknologi dan informasi. Kondisi yang demikian menyebabkan upaya-upaya yang dilakukan terlihat seakan-akan masih berjalan di tempat. Semua masalah tersebut mewarnai iklim usaha pemberdayaan UMKM, sehingga UMKM sulit untuk membangun akses kepada permodalan, pengembangan sistem produksi, pengembangan kualitas SDM, pengembangan teknologi, pengembangan pasar dan pengembangan sistem informasi. Pemberdayaan UMKM tidak terlepas dari konsepsi dasar pembangunan yang menjadi medium penumbuhan UMKM. Merancang konsepsi dasar pemberdayaan UMKM adalah membangun sistem yang mampu mengeliminir semua masalah yang menyangkut keberhasilan usaha UMKM. Salah satu aspek yang

sangat menentukan keberhasilan UMKM adalah iklim usaha. Aspek itu sendiri terkait erat dengan kemampuan sistem yang di bangun, sedangkan sistem yang dibangun terkait dengan banyak pelaku (aktor) dan banyak variable (faktor) yang berpengaruh nyata serta bersifat jangka panjang (*multies years*).

Adanya sifat tersebut maka faktor-faktor ini sulit diukur keberhasilannya sebagai buah karya suatu instansi atau suatu rezim pemerintahan. Oleh sebab itu kondusifitas dari setiap faktor tersebut harus ditumbuhkan dan terus diperbaiki. Untuk mengetahui kondisi dari setiap faktor dan para pelaku yang berperan di dalamnya perlu dilakukan evaluasi setiap waktu, setiap tempat dan setiap sektor kegiatan usaha UMKM. Usaha-usaha UMKM yang berbasis sumber daya manusia dan sumber daya lokal merupakan solusi terbaik untuk mengoptimalkan potensi sumber daya nasional, tetapi untuk menjadikan UMKM sebagai basis pembangunan daerah yang sekaligus mendukung keberhasilan pembangunan nasional masih dihadapkan pada banyak masalah yaitu pertama, Rendahnya Produktifitas UMKM dan Koperasi yang berdampak pada timbulnya kesenjangan antara UMKM dengan Usaha besar. Kedua terbatasnya akses UMKM kepada sumberdaya produktif seperti permodalan, teknologi, pasar dan informasi. Ketiga tidak kondusifnya usaha yang dihadapi oleh UMKM sehingga terjadi marjinalisasi dari kelompok ini.

Terlihat disini pasar telah mengendalikan negara yang mengatasnamakan semua hanya untuk kebutuhan konsumen untuk membentuk ruang ruang konsumen yang sangat mencolok dalam bentuk mall, pemukiman mewah, bahkan pasar modern yang biasa disebut minimarket ini. Teori ini senada dengan yang disebutkan oleh teori kapitalisme modern Mazhab Frankurt mengatakan bahwa hal itu didasarkan pada kemakmuran dan konsumerisme. Oleh sebab itu kini banyak beberapa pasar modern yang dibangun salah satunya adalah minimarket yang mengatasnamakan untuk kemakmuran pekerja serta kepentingan konsumen. Beberapa gerai minimarket kini terlihat banyak tersebar di manapun bahkan di tempat padat penduduk, seperti Alfamart dan Indomart bahkan yang lainnya. Dimana setiap cabang pasti memiliki Pusat atau markas tersendiri. Pendirian minimarket ini ternyata tidak hanya harus mendapat perizinan dari kantor perizinan, kantor kecamatan dan kantor kelurahan tetapi juga minimarket ini harus mendapat izin dari warga setempat dengan cara mengumpulkan tanda tangan persetujuan dari warga. Banyak permasalahan yang dihadapi oleh pasar tradisional ketika berhadapan dengan pusat perbelanjaan modern, hypermarket, minimarket. Namun permasalahan zonasi sebagai permasalahan yang paling krusial, dengan terbitnya dua regulasi (Perpres-Permendag) dan beberapa Perda di tiap daerah ternyata belum juga cukup bisa menjawab persoalan zonasi. Perpres dan Permendag yang kemudian diadopsi oleh Perda hanya mengatur supermarket dan departemen store tidak

boleh berlokasi pada system jaringan jalan lingkungan dan tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lingkungan di dalam kota/perkotaan.

Jalan lingkungan adalah jalan umum yang berfungsi melayani angkutan lingkungan dengan ciri perjalanan jarak dekat, dan kecepatan rata-rata rendah. Khusus untuk minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk system jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota. Jalan lingkungan adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan lingkungan dengan ciri perjalanan jarak dekat, kecepatan rata-rata rendah. Pasar tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/kabupaten. Jalan lokal adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan setempat dengan ciri perjalanan jarak dekat, kecepatan rata-rata rendah, dan jumlah jalan masuk tidak dibatasi. Faktor dari penjelasan di atas juga masuk ke dalam inti penelitian dimana ada beberapa aspek yang menyebabkan adanya efek perubahan terhadap pendapatan, omset dan jumlah pelanggan pelaku usaha UMKM

Dampak positif dan negatif dari kehadiran ritel modern terhadap berjalannya UMKM di Kota Banda Aceh dapat dilihat dari 3 aspek yaitu:

a. Omset

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pelaku usaha UMKM menunjukkan bahwa, terjadi penurunan omset secara bertahap seiring dengan berjalannya waktu dan makin ramainya pertumbuhan ritel modern di Banda Aceh. Pelaku usaha menjelaskan bahwa dari tahun 2013 sampai 2023 telah terjadi sekitar 30% penurunan omset, walaupun pertumbuhan masyarakat juga tinggi yang dimana seharusnya omset pelaku UMKM juga bertambah namun hal itu terhalang dengan adanya ritel modern yang memberi lebih banyak fitur dalam penjualan barangnya, hal ini menjadi faktor mengapa omset pelaku UMKM menjadi menurun tiap tahunnya.

Omset pertahun menjadi patokan pendapatan tahunan bagi pelaku usaha UMKM untuk melakukan pembangun dan perkembangan dalam usaha yang dijalankan, biasanya pelaku usaha UMKM menyisihkan sebagian omset tahunan untuk menambah ekspansi usahanya baik memperbaiki toko, menambah barang dagangan, atau menambah cabang usahanya. Akan tetapi semenjak omset tahunan dari usaha menurun, para pelaku usaha UMKM mengeluh, mereka beranggapan biaya yang seharusnya di alokasikan untuk perkembangan usaha berkurang dan tak bisa melawan ritel ritel besar dalam segi promosi dan daya beli barang.



Akibat penurunan omset lebih terasa lagi bagi pelaku UMKM yang berdagang dekat dengan ritel ritel modern, pelaku usaha UMKM membandingkan perputaran omset antara mereka dan ritel modern yang sangat timpang dan jauh dari perkiraan. Bahkan dari beberapa narasumber bersaksi bahwa ada ritel modern yang mampu menghasilkan omset perbulannya seperti omset tahunan UMKM, para pelaku UMKM skala kecil yang pada umumnya merupakan SDM dengan pendidikan rendah dan menargetkan pasar untuk kalangan menengah bawah. Anggapan bahwasannya ritel ritel modern telah menghadirkan persaingan usaha yang tidak sehat juga muncul di sekitar para pelaku usaha UMKM, mereka beranggapan bahwasannya kehadiran ritel ritel modern memonopoli pasar dan pelanggan tetap mereka dengan menghadirkan kemudahan kemudahan dan pelayanan yang tidak semua pelaku UMKM dapat menghadirkannya

**Tabel 4.5**  
**Data Jumlah Omset UMKM**

No	Nama Pemilik Usaha	Omset Per Tahun
1	Aden hidayat	Rp35.000.000 – Rp50.000.000
2	Hendri Saputra	Rp15.000.000 – Rp25.000.000
3	Muhammad Nazar	Rp50.000.00 – Rp70.000.000
4	Rahmawati	Rp13.000.000 – Rp15.000.000
5	Salsabila Putri	Rp.15.000.000 – Rp18.000.000
6	Zubaidah	Rp.17.000.000 – Rp20.000.000

*Sumber: Data diolah (2023)*

b. Pendapatan

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan juga dapat disimpulkan bahwa pendapatan harian juga mengalami penurunan, yaitu penurunan paling terasa pada pendapatan di hari hari tertentu seperti menjelang hari hari libur nasional. Hal ini terjadi karena pada umumnya ritel modern berani dan sanggup melakukan diskon besar besaran terhadap produk yang dijual. Pendapatan harian pelaku UMKM di Kota Banda Aceh juga tidak bisa sebesar pendapatan harian ritel modern yang ada di lokasi yang sama dikarenakan para pelaku UMKM juga masih sering dihadapkan oleh konsumen yang suka hutang di tempat mereka, berbeda dengan ritel modern yang dimana konsumen tidak bisa berhutang dan menawar harga yang berikan.

Pada dasarnya para pelaku UMKM di Kota Banda Aceh mempunyai pendapatan yang cukup untuk mengembangkan usahanya. Namun. Kehadiran ritel modern secara perlahan

pendapatannya mulai berkurang seiring dengan semakin berkurangnya konsumen yang berbelanja di usaha UMKM. Hal ini mengakibatkan sepiunya pelanggan bahkan toko kelontong tidak mendapat keuntungan penuh dan bahkan ada yang merugi, sehingga sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pelaku usaha UMKM. Dapat dikatakan juga bahwa keberadaan ritel modern di Kota Banda Aceh ini tentu menguntungkan bagi banyak pihak tetapi tidak bagi pelaku usaha UMKM. Setelah menjamurnya ritel modern banyak keluhan yang dirasakan pedagang kelontong salah satu adalah berkurangnya pendapatan sehingga barang-barang yang mereka jual kini banyak yang tidak laku dan terpaksa merugi.

Hadirnya beberapa gerai ritel modern di Kota Banda Aceh ini ternyata adalah saingan berat yang dirasakan pelaku usaha UMKM karena banyak barang yang kurang laku dan keuntungan mereka kini telah menurun. Terdapat beberapa pedagang kelontong yang tidak merasakan dampak negatifnya, mereka adalah pelaku usaha UMKM yang tempat dagangannya letaknya berada jauh dari gerai ritel modern. Pendapatan yang kini menurun membuat pelaku usaha UMKM mengatur strategi agar tetap bisa menjalankan usahanya, dengan pendapatan yang pas-pasan, walaupun ada pedagang yang tidak terlalu merasakan dampaknya akan tetapi dampaknya terasa karena gaya hidup konsumen yang berubah. Para pedagang pun berkurang pendapatannya karena beberapa barang yang tidak laku ingin

dijual kembali kepada distributor dengan harga murah sehingga tidak jarang mereka mengalami kerugian.

c. Jumlah Pelanggan

Inti dari 2 faktor di atas pada dasarnya adalah jumlah pelanggan, pelanggan cenderung beralih dari UMKM ke ritel modern karena berbagai kemudahan dan fasilitas yang ditawarkan oleh ritel modern, strategi pemasaran ritel modern cukup efisien untuk menarik minat dai konsumen dan bahkan menjadikannya sebagai pelanggan tetap, berbeda dengan UMKM yang bahkan ada yang tidak menggunakan strategi pemasaran sehingga kalah dalam persaingan merebut hati pelanggan, hal ini juga tidak dipungkiri narasumber, beliau menjelaskan bahwa pelanggan lebih memilih ritel yang menggunakan pendikngin ruangan ketimbang UMKM yang hanya sekedar ruko tradisional. Harga yang lebih murah menjadikan alasan bagi konsumen lebih memilih berbelanja di minimarket dibandingkan harus berbelanja di UMKM (Toko/warung kelontong), serta alasan kenyamanan dan tempat yang bersih juga.

Banyaknya gerai minimarket dan ritel modern yang tersebar di wilayah Kota Banda Aceh ternyata mendapat banyak dukungan dari beberapa pihak karena itu juga sangat menguntungkan untuk beberapa pihak termasuk konsumen yang seakan dimanjakan oleh kemewahan yang mereka dapatkan, mereka seakan dimanjakan oleh kemewahan tersebut namun

dengan harga yang jauh lebih terjangkau jika dibandingkan ketika mereka berbelanja di Warung Kelontong. Menurut pernyataan seorang informan, “*saya merasa senang berbelanja di ritel modern, selain tempatnya yang nyaman, harganya juga lebih murah dibandingkan belanja di warung jadi tidak usah mengeluarkan uang yang banyak untuk belanja disana, yah untuk menghemat juga uang untuk kebutuhan yang lain, promonya juga banyak walaupun kita tidak bisa menawar harga seperti di warung*”., Namun ternyata tidak semua barang yang ada di minimarket lebih murah yang dijual pedagang kelontong, ada juga beberapa harga yang lebih mahal harganya namun ternyata dengan alasan tempat yang nyaman membuat konsumen lebih memilih untuk berbelanja di minimarket ketimbang UMKM tradisional walaupun lokasi mereka berdekatan. Adapun dampak positifnya, kehadiran toko modern memberikan motivasi kepada UMKM untuk dapat berbenah dan mengevaluasi diri dari toko modern.

Penelitian ini selaras dengan penelitian Kasman Rasyidin dan T. Zulham (2017) yang menyatakan bahwa, dampak keberadaan ritel *modern* memiliki perbedaan nilai-nilai sosial pada lingkungan sekitar. Jika dilihat dari segi negatif yaitu memberikan dampak yang sangat besar bagi toko kelontong, karena kehadirannya mengalami penurunan bagi pedagang grosir dan bahkan mematikan bisnis nya. Saat ini, ritel *modern* sudah menyebar bahkan di tempat-tempat ramai penduduk dan

terdapat beberapa hal mengatakan bahwa banyak toko atau warung kecil yang terpengaruh. Sedangkan salah satu dampak positif dengan adanya kehadiran ritel *modern* yaitu mampu memberikan motivasi kepada UMKM untuk dapat berbenah dan mengevaluasi diri dari toko *modern*.

Setelah melihat berbagai dampak yang ditimbulkan akibat dari kemunculan UMKM modern, maka kita akan melihat bagaimana perspektif teori kebijakan publik dalam Islam atas urusan muamalah antar manusia dimana setiap persaingan usaha dan akad jual beli harus memerhatikan kebijakan publik sesuai ajaran Islam. Kebijakan Publik dalam Islam adalah kebijakan umum yang melahirkan kemaslahatan atau kesejahteraan rakyat. Untuk mencapai tujuan tersebut para ilmuwan dan cendekiawan Muslim klasik seperti Imam Al-Ghazali, Imam Asy-Syatibi, menekankan pada pentingnya terpenuhinya pilar *maqashid shari'ah* dalam seluruh kebijakan umum yang dilahirkan oleh para pemimpin (*ulil amri*) atau pemerintah Islam.

Enam Prinsip Utama dalam memperbaiki kinerja Kebijakan Publik dalam perspektif Islam:

1. Ketuhanan (*Ilahiah*): setiap aktivitas yang dilakukan dalam proses perumusan dan pelaksanaan kebijakan publik harus berorientasi pada ketuhanan.
2. Kemanusiaan (*Insaniah*): kebijakan apapun yang dilakukan pada dasarnya ditujukan untuk kemakmuran

dan kesejahteraan umat manusia, baik saat ini maupun masa yang akan datang.

3. Keseimbangan (*Tawazun*): kebijakan yang dibuat harus memperhatikan semua dimensi secara seimbang dan proporsional.
4. Keadilan (*Al- 'Adalah*): kebijakan apapun yang dibuat harus berorientasi pada keadilan (tepat sasaran) berdasarkan nilai-nilai ketuhanan dan kemanusiaan serta keseimbangan.
5. Pelayanan (*Al-Khadimah*): sesuai dengan keberadaan perumus kebijakan (pemimpin) sebagai abdi, khadam, atau pelayan masyarakat, berdasarkan nilai-nilai ketuhanan, kemanusiaan, keseimbangan dan keadilan, maka kebijakan yang dibuat harus berorientasi pada pemberian pelayanan yang terbaik kepada masyarakat.
6. Keteladanan (*Uswah Al-Hasanah*): selain sebagai abdi, khadam atau pelayan masyarakat, perumus kebijakan juga adalah seorang pemimpin. Hakikat kepemimpinan digambarkan Rasulullah dalam kalimat “*Sayyid al-qawm khaadimuhum*” (pemimpin suatu kaum/masyarakat adalah hamba/pelayan bagi mereka).

#### **4.3.2 Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Keberadaan Ritel Modern di Kota Banda Aceh**

Dalam banyaknya perusahaan yang memasuki dunia bisnis, kegagalan dan keberhasilan akan tampak karena dunia bisnis yang

penjual yang memiliki barang dagangan lengkap, akan diserbu pembeli, dan begitu pula sebaliknya. Hal ini wajar terjadi, di mana para penjual bersaing dalam menyediakan barang-barang yang dicari pembeli. Kehadiran ritel modern di Kota Banda Aceh dalam sudut pandang ekonomi Islam menyebabkan lingkungan persaingan usaha yang berat ke salah satu pihak, dalam hal ini adalah UMKM. Hal tersebut dikarenakan keberadaan ritel modern tersebut lebih banyak menimbulkan kerugian yaitu mampu membunuh usaha penjual kecil ketimbang aspek manfaatnya sehingga menyebabkan mayoritas penjual kelontong mengalami dampak penurunan pendapatan. Faktanya bahwa konsumen sering mengalami penyimpangan harga seperti harga yang tidak sesuai dengan struk belanja, dan ada juga yang mengalami penipuan seperti membeli 1 (satu) produk akan tetapi ketika dilihat di struk belanja ditulis 2 (dua) hal itu sama saja dengan penipuan harga.

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



penjualan dan menarik para pembeli tanpa merusak penjual lainnya. Transaksi yang dilakukan oleh Rasulullah tidak hanya berdasarkan keuntungan atau kerugian semata, melainkan juga didasarkan pada saling membantu. Selain itu, Rasulullah sangat menentang sifat kikir dan rasa memiliki yang berlebihan terhadap harta.

Dalam Islam, persaingan yang sehat diharapkan terjadi untuk melindungi pedagang kecil dan mencegah kerugian bagi pihak lain. Jika ada pihak yang dirugikan, maka tujuan ekonomi Islam untuk menciptakan kemaslahatan tidak akan tercapai. Aturan-aturan dalam ekonomi Islam merupakan sistem yang dapat membawa keberkahan bagi umat manusia di dunia dan akhirat. Cara pandang yang hanya fokus pada keuntungan dan kerugian akan mengganggu sistem dan tatanan ekonomi. Oleh karena itu, mengembalikan cara pandang berekonomi sesuai dengan Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah adalah solusi yang tepat bagi persoalan ekonomi. Terkait solusi ekonomi Islam dalam menaggulangi keberadaan ritel modern, dengan merujuk pada peraturan pemerintah daerah dan kota masing-masing khususnya dalam penelitian yaitu kota Banda Aceh yang dimana Qanun diterapkan sesuai ketentuan Al Quran dan Hadist.

Pada dasarnya pemerintah Indonesia pun sudah berusaha menciptakan peraturan agar lingkungan persaingan usaha antar UMKM dan Ritel Modern menjadi sehat. Oleh karena itu, dalam ekonomi Islam pun juga dibahas bahwa unsur-unsur monopolistik dalam pasar harus dihilangkan, kolusi antara penjual dan pembeli

juga harus dihilangkan, sehingga pemerintah boleh melakukan intervensi apabila unsur monopolistic sudah terlihat. Maka bila dilihat bahwa ada keterkaitan antara kebijakan dalam peraturan dan kebijakan pemerintah Kota Banda aceh dengan Ekonomi Islam. Semuanya tidak menghendaki adanya satu bagian ataupun kedua bagian saling tidak diuntungkan, dengan adanya keberadaan yang lain. Untuk itu, agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan maka perlu untuk menunjuk seseorang atau suatu kelompok masyarakat yang mempunyai tugas pokok untuk mengawasi kelancaran dan keharmonisan dalam suatu pasar.

Dalam istilah Ekonomi Islam lebih dikenal dengan muhtasib. Sedangkan pekerjaannya dinamakan Al- Hisbah. Dalam arti luasnya, muhtasib bertugas menyelesaikan perkara-perkara yang berkaitan dengan *al-amr bil ma'ruf wa nahy munkar*; yang bukan hanya pekerjaan beberapa orang melainkan seluruh umat Islam. Namun dalam arti sempitnya mempunyai arti petugas yang bertugas megawasi pasar serta tingkah laku masyarakat. Maka pengawas atau muhtasib bisa dijadikan solusi yang paling tepat dalam ekonomi Islam untuk mengatasi masalah penurunan pendapatan pedagang UMKM dengan maraknya kehadiran ritel modern di Kota Banda Aceh, dengan mengautur jarak ritel modern yang hendak mendirikan usahanya berdekatan dengan UMKM. Terlepas dari semua yang di atas, dukungan dari seluruh elemen menjadi factor utama agar berjalannya roda ekonomi yang sesuai dengan ketentuan syariat serta Al Quran dan Hadist.

Penelitian ini selaras dengan penelitian Andi triyawan dan Kurnia Firmanda Jayanti (2018) yang mengatakan bahwa, ritel memiliki kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam sebagaimana Islam menolak konsep ritel dalam bentuk persaingan bebas tanpa batas sehingga mengabaikan aturan-aturan yang sudah diterapkan dalam Islam. Kegiatan ritel harus mencerminkan persaingan yang sehat, jujur, terbuka dan adil sehingga harga yang tercipta adalah harga yang adil. Dalam Islam diterapkan bahwa transaksi terjadi secara sukarela, sebagaimana Firman Allah SWT dalam surah An-Nisa: 29

تَكُونَنَّ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْوَالُ الَّذِينَ يَأْتِيهَا  
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِّنْكُمْ تَرْضَىٰ عَنْ تِجَارَةٍ

*Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S. An-Nisa [4]: 29).*

Ada dua dimensi dari memakan harta orang lain secara bathil. Pertama: dikutip Yusuf as Sabatin sebagaimana yang dikatakan oleh As-Sudi, yaitu memakan riba, perjudian dan lainnya. Oleh karena itu batil adalah semua yang menyalahi syariah. Kedua: apa yang dikatakan oleh Ibnu Abbas dan Al-Hasan, yaitu memakan dan penggunaan harta tanpa kompensasi. Makna dari ayat dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka maksudnya

bolehnya semua jenis jual beli dilakukan dengan kesepakatan diantara kedua belah pihak yang berakad kecuali barang-barang yang dilarang didalam Al-Quran dan as sunnah.



## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan seluruh pemaparan pada bab sebelumnya yang telah penulis sampaikan mengenai dampak keberadaan ritel terhadap UMKM di Kota Banda Aceh, maka dapat diambil kesimpulan jawaban dari rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Keberadaan ritel modern di Kota Banda Aceh menyebabkan dampak menurunnya pendapatan pedagang UMKM hal ini terbukti dengan perubahan pendapatan pelaku usaha UMKM setelah adanya ritel modern. Sebagaimana hasil wawancara dengan pelaku usaha UMKM, terjadi penurunan omset, keuntungan dan juga jumlah pelanggan dalam beberapa waktu terakhir. Keberadaan usaha ritel modern membawa dampak negatif dan positif bagi pedagang. Dampak negatifnya dirasakan oleh para pelaku usaha UMKM adalah mereka merasa tersaingi dan merasa semakin sedikit keberadaannya, sedangkan dampak positifnya adalah adanya usaha ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan.
2. Dalam tinjauan ekonomi Islam keberadaan ritel modern bagi UMKM di Kota Banda Aceh harus disikapi dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam agar terciptanya ekosistem ekonomi dan persaingan ekonomi Islam yang sehat. Sebagaimana Islam mengajarkan untuk tidak melakukan monopoli dalam perdagangan dan lebih

mengutamakan kepentingan ummat dibandingkan keuntungan pribadi yang dapat merugikan dan memotong mata pencaharian orang lain.

## 5.2 Saran

### 1. Bagi Pelaku Usaha UMKM

Diharapkan untuk melakukan upaya-upaya dalam mempertahankan eksistensi usahanya, misalnya dengan memperbaiki manajemen usaha, menambah modal usaha dan meningkatkan kualitas pelayanan usahanya agar mampu bersaing dengan pasar modern. Kemudian diharapkan juga untuk menghindari hutang dan menerapkan prinsip yang sesuai dengan syariat Islam dalam melaksanakan proses perdagangannya

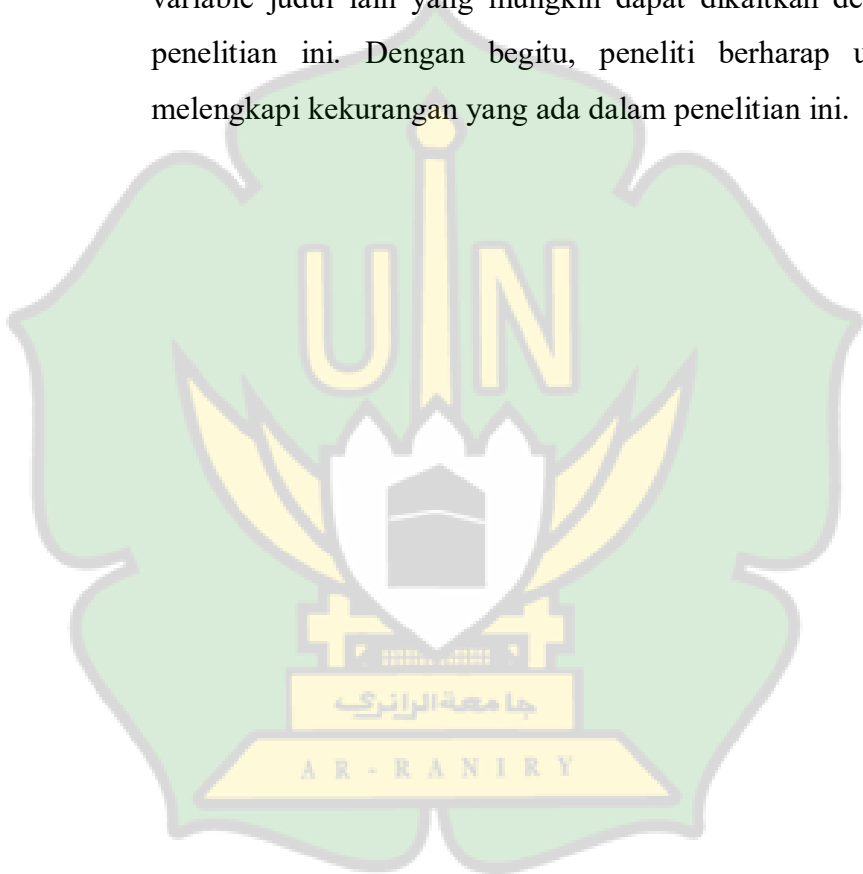
### 2. Bagi Pemerintah Daerah

Diharapkan kepada pemerintah daerah Kota Banda Aceh untuk lebih memerhatikan para pelaku usaha UMKM dengan cara membantu mereka bertahan dari gempuran retail *modern*, berbagai upaya dan regulasi diharapkan untuk bisa diterapkan oleh pemerintah Kota Banda Aceh supaya para pelaku usaha dan lapangan pekerjaan tetap terjaga.

### 3. Bagi Peneliti Berikutnya

Diharapkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis kali ini dapat menjadi pertimbangan dan bahan riset bagi peneliti selanjutnya dalam meneliti mengenai dampak kehadiran ritel modern terhadap bisnis UMKM dengan memerhatikan dan

mengutamakan ajaran Islam di dalamnya agar dapat terjadi ekosistem bisnis dan persaingan usaha yang madani dan sesuai syariah. Kemudian diharapkan juga untuk menyempurnakan penelitian ini dengan menambahkan variable judul lain yang mungkin dapat dikaitkan dengan penelitian ini. Dengan begitu, peneliti berharap untuk melengkapi kekurangan yang ada dalam penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Z. (2010). *Hukum perbankan syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Arianti, Meutia Zulfa, et al. "Revitalisasi Desain Interior Pasar Tradisional Berdasarkan Preferensi Pengguna." *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya* 21.1 (2022): 33-39.
- Arimawa, P. S., & Leasiwal, F. (2018). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara. *Jurnal Pundi*, 2(3).
- Arnisyah, Rina. *Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong (Studi Kasus Di Wilayah Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat)*. BS thesis. Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.
- Azwar. (2005). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar Offset.
- Bintoro, Rahadi Wasi Unknown. "Aspek Hukum Zonasi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern." *Jurnal Dinamika Hukum* 10.3 (2010).
- Chaniago, Harmon, et al. "Faktor kunci keberhasilan ritel modern di Indonesia." *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 7.2 (2019): 201-208.
- Dimiyati, Agus. "Kajian Kritis Dampak Kebijakan Izin Usaha Ritel (Minimarket) Terhadap Keberlangsungan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan." *Hukum Responsif* 5.1 (2018).
- Edi, F. R. S. (2016). *teori wawancara Psikodignostik*. Penerbit LeutikaPrio.
- Fortunata, Fransiska. "Analisis Strategi Bersaing Produk Private Brand Dalam Bisnis Ritel Modern." *Competence: Journal of Management Studies* 8.2 (2014).



- Hadi Waluyo, Hastuti Dini. (2011). *Kamus Terbaru Ekonomi & Bisnis*. Surabaya: Reality Publisher.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Iffah, Melita, Fauzul Rizal Sutikno, and Nindya Sari. "Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Studi Kasus: Minimarket Kecamatan Blimbing, Kota Malang)." *Jurnal Tata Kota dan Daerah* 3.1 (2012): 55-63.
- Ine, Maria Emanuela. "Penerapan pendekatan scientific untuk meningkatkan prestasi belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi pokok bahasan pasar." *Prosiding Seminar Nasional*. Vol. 9. 2015.
- Juliansyah, Hafiz. "Faktor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam pedagang Pasar Ciputat." (2011).
- Kartajaya, Hermawan, and Muhammad Syakir Sula. "Syariah marketing." (2006).
- Kholis, Noor, Alifah Ratnawati, and Sitty Yuwalliatin. "Pengembangan pasar tradisional berbasis perilaku konsumen." *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi* 7.1 (2011): 36-47.
- Malano, Herman. *Selamatkan pasar tradisional*. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Maleong. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Mapata, Dg. *Buku Penunjang Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Pengembangan Silabus Kurikulum 2013 versi 2016 Peserta Didik Kelas VIII Satuan Pendidikan SMP/MTS, dan atau Sederajat Semester Ganjil dan Genap*. Deepublish, 2017.
- Marit, Elisabeth Lenny, et al. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis, 2021.

- Marthon, Said Sa'ad. "Ekonomi Islam di tengah krisis ekonomi global." *Jakarta: Zikrul Hakim* (2004).
- Masyhuri, Mahmudah, and Supri Wahyudi Utomo. "Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun." *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan* 6.1 (2017): 59-72.
- Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 420/MPP/Kep/10/1997 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.
- Nazir. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Poesoro, Adri. "Pasar Tradisional di Era Persaingan Global." *SMERU Newsletter* 22 (2007).
- Pramudiana, Ika Devy. "Perubahan perilaku konsumtif masyarakat dari pasar tradisional ke pasar modern." *Asketik: Jurnal Agama dan Perubahan Sosial* 1.1 (2017).
- Purwanto, Wawan. "Analisa Persaingan Antara Pasar Tradisional dengan Pasar Modern Studi Kasus di Kawasan Ciledug Tangerang." (2012).
- Raharjo, Reza Haditya, and Achma Hendra SETIAWAN. *Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)*. Diss. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2015.
- Rahmi, Ain. "Mekanisme Pasar dalam Islam." *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* 4.2 (2015): 177-192.
- Rasyidin, Kasman, and T. Zulham. "Dampak Kemunculan Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Kota Banda

- Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan* 2.1 (2017): 125-133.
- Rhussary, Margaretha Lasni. "Persepsi Toko Kelontong Terhadap Ritel Modern Di Samarindatahun 2019." *CENDIKIA* 4.2 (2020): 1-10.
- Rozalinda. 2015. *Ekonomi Islam; Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta. Rajawali Press.
- Rozinawati, & Purwata. (2010). *Modul Membuka Usaha Eceran/Ritel Untuk SMK dan MAK*. Jakarta: Erlangga.
- Rusno, Rusno. "Dampak Pesatnya Mini Market Waralaba Terhadap Usaha Kecil (Jenis Ritel)." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 4.3 (2008): 194-207.
- Santoso, Theresia Merlyn. *Revitalisasi Pasar Johar Semarang Dengan Pendekatan Arsitektur Indische*. Diss. UAJY, 2017.
- Sinaga, Pariaman. "Pasar Modern VS Pasar Tradisional." *Makalah Ekonometrika dan Perencanaan Pembangunan* (2006).
- Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian Pendidikan, pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sujana, Asep ST. "Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern." *Yogyakarta: Graha Ilmu* (2005).
- Sundari, A., & Syaikhudin, A. Y. (2021). *Manajemen Ritel (Teori dan Strategi dalam Bisnis Ritel)*. Academia Publication.
- Supriono R.A, *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Bisnis*, (Yogyakarta: BPFU UGM, 1998)
- Tamadudin, *Jurnal Hukum Islam (JHI)* Vol.12 No.02, Desember, 2014.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting*. Lp3es.

- Triyawan, Andi. "Analisis Pengaruh Toko Ritel Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah* 3.1 (2018): 1-11.
- Utami, Christina Whidya. "Manajemen Ritel\_Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia." (2010).
- Utomo, Tri Joko. "Persaingan bisnis ritel: tradisional vs modern." *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi* 6.1 (2011).
- Widodo, Tri. "Studi tentang peranan unit pasar dalam pengelolaan sampah di Pasar Merdeka Kota Samarinda." *Journal Administrasi Negara* 1.1 (2013): 1-11.
- Widyarini, Widyarini, and Puji Pramudya Wardani. "Evaluasi Pemasaran Pada Mini Market Syari'ah (Tinjauan Perspektif Hukum Islam pada Minimarket Syar'e Mart)." *Az-Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam* 9.2.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Transkrip Wawancara

Informan 1, Pegawai Dinas Koperasi UKM Dan Perdagangan

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana pendapat bapak dengan adanya ritel modern terhadap UMKM di kota banda aceh?	<i>Cukup bagus dan dapat meningkatkan persaingan usaha di lapisan masyarakat agar masyarakat lebih terpacu lagi dalam meningkatkan usahanya agar tidak kalah dengan ritel modern yang semakin banyak.</i>
2	Langkah apa yang dilakukan oleh pemerintah terhadap UMKM untuk meningkatkan kualitas dan mutu perekonomian?	<i>Kami telah melakukan berbagai bantuan usaha dan juga menyediakan berbagai event agar pedagang dapat menjajakan dagangannya serta tidak ada alasan lagi sebenarnya jika mereka merasa (pelaku UMKM) merasa kalah dengan kehadiran ritel modern.</i>
3	Apakah UMKM masih di perlukan untuk mendukung perekonomian kota banda aceh di bandingkan dengan ritel modern seperti alfamart dan indomaret?	<i>Tentu saja, karena sejatinya jumlah UMKM lebih banyak daripada ritel modern dan lebih menjakau ke seluruh lapisan masyarakat serta lebih bersahabat bagi masyarakat menengah ke bawah.</i>

Informan 2, Dosen FEBI Uin Ar-Raniry

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana menurut bapak terkait adanya ritel modern pada	<i>Sebenarnya ada plus dan minusnya,</i>

	UMKM dilihat dari segi perspektif ekonomi Islam?	<i>plusnya para konsumen akhir memiliki lebih banyak opsi dalam berbelanja dan memenuhi kebutuhan, tapi sisi minusnya seperti banyak pelaku UMKM kecil yang tersisih dengan kehadiran ritel modern karena fitur yang ditawarkan ritel modern lebih menarik bagi konsumen.</i>
2	Dalam perspektif ekonomi Syariah apakah ada kelebihan dan kekurangan dengan adanya keberadaan ritel modern bagi pelaku UMKM saat ini?	<i>Secara syariah sendiri kelebihan kehadiran ritel modern dapat membakar semangat ukhuwah dalam sesama masyarakat dan pedagang dalam memajukan usaha bersama, jadi bisa membuat alasan kepada insan bersemangat lagi dalam berdagang serta menerapkan ajaran ajaran syariat dalam menjajakan dagangannya, namun jika dilihat ternyata ritel modern itu sendiri memonopli pasar dan menyebabkan kerusakan pada perputaran ekonomi ummat, maka tentu saja kehadiran ritel modern memberikan efek negative dan mudharat kepada pelaku usaha UMKM yang ada di Kota Banda Aceh</i>
3	Bagaimana pendapat bapak terhadap keberadaan ritel modern di kota banda aceh dilihat dari segi tinjauan ekonomi Islam/apakah	<i>Cukup memberi manfaat dan menambah perputaran roda ekonomi daerah, ritel modern juga memberi kesempatan peluang kerja yang cukup besar</i>

	membawa manfaat atau tidak?	<i>bagi masyarakat Kota Banda Aceh</i>
--	-----------------------------	--



Informan 3, Pemilik Toko Kelontong pada 3 kecamatan

### 1. Kecamatan Baiturrahman

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sejak kapan bapak/ibu berjualan? Serta awal kemunculan ritel modern ditempat bapak/ibu?	<i>Sejak tahun 2010, awal mula muncul ritel modern itu di tahun 2012.</i>
2	Apakah dengan adanya ritel modern membawa kebaikan untuk pelaku UMKM?	<i>Bagi kami sendiri ini merupakan sebuah pukulan dan cobaan, para pembeli cenderung beralih ke tempat yang lebih modern</i>
3	Apakah keberadaan ritel modern berpengaruh terhadap usaha yang bapak/ibu lakukan?	<i>Cukup berpengaruh terhadap usaha yang sudah kami jalankan, apalagi usaha kami sudah berjalan 10 tahun lebih</i>
4	Adakah perbedaan jumlah pelanggan/pembeli setelah adanya ritel modern?	<i>Tentu saja, sekarang pelanggan lebih sepi dan berangsur angsur hilang kecuali pelanggan grosir tetap, berbeda dengan dulu ketika ritel belum ramai seperti sekarang.</i>
5	Bagaimana bapak/ibu menghadapi persaingan dan perkembangan keberadaan ritel modern yang semakin pesat?	<i>Tetap menjaga kepercayaan pelanggan tetap dan konsisten dalam berdagang.</i>
6	Berapa pendapatan bapak/ibu sebelum dan sesudah adanya ritel modern?	<i>Yaa, untuk setahun dulu cukup banyak, detailnya rahasia dagang kami, akan tetapi sekarang cukup menurun baik omset ataupun pendapatan.</i>



7	Adakah pendapatan anda berkurang setelah adanya ritel modern?	<i>Tentu saja, apalagi kami yang berdagang semenjak lama merasakan pengurangan keuntungan dari tahun ke tahun</i>
8	Apa dampak yang terjadi pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah dengan adanya ritel modern?	<i>Kami merasa tersaingi dan bahkan beberapa rekan yang lokasi usaha berdekatan dengan ritel banyak yang tutup karena kalah dalam persaingan usaha.</i>
9	Menurut bapak/ibu perkembangan keberadaan minimarket memberi dampak positif atau negatif terhadap tempat usaha bapak/ibu?	<i>Sejauh ini yang kami rasakan secara keuntungan ya negative.</i>
10	Bagaimana tanggapan bapak/ibu dengan adanya keberadaan ritel modern dalam persaingan bisnis (umkm) saat ini?	<i>Cukup menjadi tantangan bagi kami agar bisa bertahan dengan baik.</i>

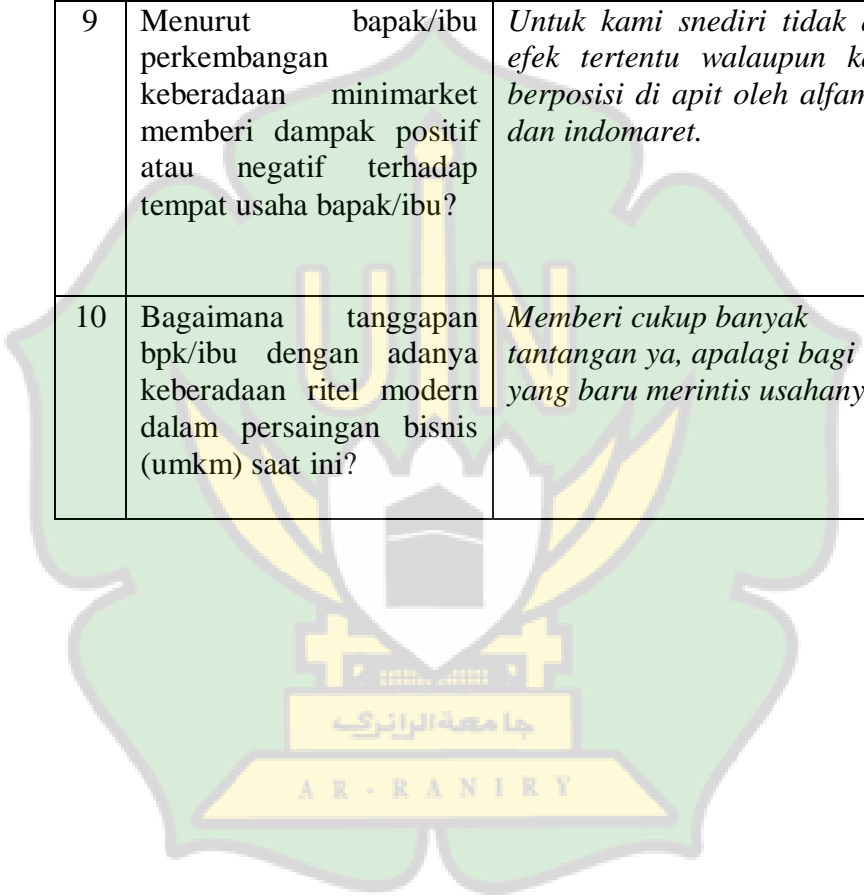
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sejak kapan bapak/ibu berjualan? Serta awal kemunculan ritel modern ditempat bapak/ibu?	<i>Tahun 2015 akhir. Kemunculan ritel modern itu tahun 2016.</i>
2	Apakah dengan adanya ritel modern membawa kebaikan untuk pelaku UMKM?	<i>Sejauh ini kami merasa cukup tidak baik dengan kehadirannya.</i>
3	Apakah keberadaan ritel modern berpengaruh terhadap usaha yang bapak/ibu lakukan?	<i>Ya, sangat berpengaruh apalagi semenjak mereka buka di dekat lokasi usaha kami.</i>
4	Adakah perbedaan jumlah pelanggan/pembeli setelah adanya ritel modern?	<i>Pelanggan tidak tetap kami banyak yang berkurang semenjak kehadiran ritel modern.</i>
5	Bagaimana bapak/ibu menghadapi persaingan dan perkembangan keberadaan ritel modern yang semakin besar?	<i>Kami memperbolehkan hutang di kedai kami, dan kami memberi potongan harga bagi yang membeli secara grosir.</i>
6	Berapa pendapatan bapak/ibu sebelum dan sesudah adanya ritel modern?	<i>Dulu cukup lumayan, sekarang juga Alhamdulillah walaupun keuntungan tidak sebasah dulu.</i>
7	Adakah pendapatan anda berkurang setelah adanya ritel modern?	<i>Secara drastis tidak, tapi untuk beberapa produk iya.</i>

8	Apa dampak yang terjadi pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah dengan adanya ritel modern?	<i>Banyak yang tersaingi dan mengalami penurunan dalam keuntungan ya.</i>
9	Menurut bapak/ibu perkembangan keberadaan minimarket memberi dampak positif atau negatif terhadap tempat usaha bapak/ibu?	<i>Negatifnya omset tentu saja sedikit goyang, tapi positifnya secara tidak langsung mereka (ritel modern) menarik perhatian konsumen baru dan meramikan daerah kami.</i>
10	Bagaimana tanggapan bapak/ibu dengan adanya keberadaan ritel modern dalam persaingan bisnis (umkm) saat ini?	<i>Memberi warna baru ya bagi pilihan masyarakat dan tantangan bagi pedagang.</i>

## 2. Kecamatan Kuta Alam

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sejak kapan bapak/ibu berjualan? Serta awal kemunculan ritel modern ditempat bapak/ibu?	<i>Tahun 2008, dan awal kemunculan ritel modern itu tahun 2010.</i>
2	Apakah dengan adanya ritel modern membawa kebaikan untuk pelaku UMKM?	<i>Untuk sejauh ini sepertinya biasa saja.</i>
3	Apakah keberadaan ritel modern berpengaruh terhadap usaha yang bapak/ibu lakukan?	<i>Mungkin kalau dilakukan perhitungan secara rinci ada, tapi Alhamdulillah tetap bisa bertahan sejauh ini.</i>
4	Adakah perbedaan jumlah pelanggan/pembeli setelah adanya ritel modern?	<i>Kami sudah membuka usaha cukup lama, jadinya kami sudah memiliki pelanggan tetap sendiri, jadi tidak ada perubahan drastic.</i>
5	Bagaimana bapak/ibu menghadapi persaingan dan perkembangan keberadaan ritel modern yang semakin pesat?	<i>Seperti biasa, palingan kami menambah jumlah pekerja agar kami lebih efisien dalam melayani pelanggan.</i>
6	Berapa pendapatan bapak/ibu sebelum dan sesudah adanya ritel modern?	<i>Alhamdulillah tidak ada perbedaan signifikan, untuk detail kami tidak bisa menyampaikannya.</i>
7	Adakah pendapatan anda berkurang setelah adanya ritel modern?	<i>Naik turun untung biasa, kami tidak bisa menyalahkan kehadiran ritel menjadi penyebab keuntungan kami berkurang.</i>

8	Apa dampak yang terjadi pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah dengan adanya ritel modern?	<i>Yaa, mungkin bagi mereka yang baru merintis cukup berat ya, banuak yangtutup karena tidak bisa menutupi modal dan kalah saing dengan ritel.</i>
9	Menurut bapak/ibu perkembangan keberadaan minimarket memberi dampak positif atau negatif terhadap tempat usaha bapak/ibu?	<i>Untuk kami snediri tidak ada efek tertentu walaupun kami berposisi di apit oleh alfamart dan indomaret.</i>
10	Bagaimana tanggapan bpk/ibu dengan adanya keberadaan ritel modern dalam persaingan bisnis (umkm) saat ini?	<i>Memberi cukup banyak tantangan ya, apalagi bagi yang baru merintis usahanya.</i>



No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sejak kapan bapak/ibu berjualan? Serta awal kemunculan ritel modern ditempat bapak/ibu?	<i>Kami mulai sekitar tahun 2017, dan kemunculan ritel modern ditempat kami itu di awal tahun 2018.</i>
2	Apakah dengan adanya ritel modern membawa kebaikan untuk pelaku UMKM?	<i>Tentu tidak, sebelum adanya Indomaret di dekat kami usaha kami masih cukup ramai.</i>
3	Apakah keberadaan ritel modern berpengaruh terhadap usaha yang bapak/ibu lakukan?	<i>Sangat berpengaruh ya, apalagi dalam keuntungana dan pelanggan.</i>
4	Adakah perbedaan jumlah pelanggan/pembeli setelah adanya ritel modern?	<i>Tentu saja, dulu di awal membuka usaha took kami cukup ramai, tapi sekitar tahun 2019 waktu indomaret buka di dekat kami, usaha kami mlkai kehilangan pelanggan.</i>
5	Bagaimana bapak/ibu menghadapi persaingan dan perkembangan keberadaan ritel modern yang semakin besar?	<i>Cukup berat dalam mengimbangi menutupi modal untuk sekarang, tapi kami tetap berjalan sebagai mana dulu.</i>
6	Berapa pendapatan bapak/ibu sebelum dan sesudah adanya ritel modern?	<i>Dulu di awal membuka dan sebelum ada saingan Indomaret kami merasa cukup, tapi semenjak tahun 2019 cukup menurun.</i>
7	Adakah pendapatan anda berkurang setelah adanya ritel modern?	<i>Iya, apalagi di awal Indomaret dekat kami dibuka.</i>
8	Apa dampak yang terjadi pada pelaku usaha mikro	<i>Saya rasa memberi efek buruk, keuntungan dan</i>

	kecil dan menengah dengan adanya ritel modern?	<i>pelanggan banyak yang lari ke Indomaret</i>
9	Menurut bapak/ibu perkembangan keberadaan minimarket memberi dampak positif atau negatif terhadap tempat usaha bapak/ibu?	<i>Bagi tempat usaha kami sendiri tentu memberi efek negatif ya, kami mengalamai kemunduran semenjak Indomaret di buka di dkeat took kami.</i>
10	Bagaimana tanggapan bpk/ibu dengan adanya keberadaan ritel modern dalam persaingan bisnis (umkm) saat ini?	<i>Sebuah cobaan dan tantangan yang nyata, kami harap took kami bisa bertahan kedepannya dan pemerintah memerhatikan kami dari golongan masyarakat biasa.</i>

### 3. Kecamatan Syiah Kuala

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sejak kapan bapak/ibu berjualan? Serta awal kemunculan ritel modern ditempat bapak/ibu?	<i>Kami mulai sekitar pertengahan tahun 2014, kemunculan ritel modern di awal tahun 2016.</i>
2	Apakah dengan adanya ritel modern membawa kebaikan untuk pelaku UMKM?	<i>Tentu tidak ya bagi kami, khususnya belakangan ini dan waktu covid</i>
3	Apakah keberadaan ritel modern berpengaruh terhadap usaha yang bapak/ibu lakukan?	<i>Sangat berpengaruh, tetapi pengaruh yang buruk bagi usaha kami.</i>
4	Adakah perbedaan jumlah pelanggan/pembeli setelah adanya ritel modern?	<i>Ada, pelanggan kami berkurang cukup banyak semenjak ritel di buka di dekat kami tepat sebelum COVID kemarin</i>
5	Bagaimana bapak/ibu menghadapi persaingan dan perkembangan keberadaan ritel modern yang semakin pesat?	<i>Kami tetap berdagang seperti biasa, kami memberi hutang kepada pelanggan dan kami tidak memberi pajak dalam penjualan barang kami</i>
6	Berapa pendapatan bapak/ibu sebelum dan sesudah adanya ritel modern?	<i>Dulu bisa sampai 90% akan tetapi sekarang hanya sekitar 50% keuntungan kami semenjak mereka buka.</i>
7	Adakah pendapatan anda berkurang setelah adanya ritel modern?	<i>Tentu saja</i>
8	Apa dampak yang terjadi pada pelaku usaha mikro	<i>Dampak negatif dan buruk yang kami rasakan, apalagi</i>



	kecil dan menengah dengan adanya ritel modern?	<i>waktu COVID kemarin, pelanggan lebih memilih ritel modern karena dianggap lebih higienis dan teratur dalam menjual dagangannya ketimbang kami yang lebih tradisional.</i>
9	Menurut bapak/ibu perkembangan keberadaan minimarket memberi dampak positif atau negatif terhadap tempat usaha bapak/ibu?	<i>Memberi efek yang negative. bagi pedagang kecil seperti kami.</i>
10	Bagaimana tanggapan bapak/ibu dengan adanya keberadaan ritel modern dalam persaingan bisnis (umkm) saat ini?	<i>Memaksakan kami pedagang kecil untuk memutar otak agar bisa bertahan ditengah ramainya ritel modern yang makin menjamur diantara kami.</i>

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sejak kapan bapak/ibu berjualan? Serta awal kemunculan ritel modern ditempat bapak/ibu?	<i>Tahun 2015, kemunculan ritel modern ditempat kami itu diakhir tahun 2016.</i>
2	Apakah dengan adanya ritel modern membawa kebaikan untuk pelaku UMKM?	<i>Sepertinya tidak ya sejauh ini, kami merasa cukup terpukul dengan kehadiran ritel modern di sekitar kami.</i>
3	Apakah keberadaan ritel modern berpengaruh terhadap usaha yang bapak/ibu lakukan?	<i>Sangat berpengaruh, tapi pengaruh buruk yang dibawa ke kami.</i>
4	Adakah perbedaan jumlah pelanggan/pembeli setelah adanya ritel modern?	<i>Sangat drastic penurunan yang kami rasakan, apalagi mereka ritel bisa memberikan diskon besar besaran terhadap barang yang diperdagangkan, berbeda dengan kami yang terus berkelut dengan menutup modal.</i>
5	Bagaimana bapak/ibu menghadapi persaingan dan perkembangan keberadaan ritel modern yang semakin pesat?	<i>Kami meminta bantuan usaha kepada pemerintah di tengah krisis kemarin, kami tetap berdagang dan menjaga kepercayaan pelanggan kami yang masih mau belanja di toko kami saat ini.</i>
6	Berapa pendapatan bapak/ibu sebelum dan sesudah adanya ritel modern?	<i>Pengurangan omset kami sampai 50 persen saat ritel modern mulai berjamuran dibuka di sekitar kami.</i>
7	Adakah pendapatan anda berkurang setelah adanya ritel modern?	<i>Iya, terjadi pengurangan dalam pendapatan, omset dan jumlah pelangggan yang ada.</i>

8	Apa dampak yang terjadi pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah dengan adanya ritel modern?	<i>Membuat pelaku usaha seperti kami banyak yang merugi dan tidak dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal seperti dulu lagi.</i>
9	Menurut bapak/ibu perkembangan keberadaan minimarket memberi dampak positif atau negatif terhadap tempat usaha bapak/ibu?	<i>Sejauh ini dan selama ini kami hanya mendapat efek negatifnya saja, kami harap tidak berlangsung lama hal seperti ini, dan pemerintah dapat memerhatikan pelaku usaha seperti kami yang berjalan di sektor kecil kecilan</i>
10	Bagaimana tanggapan bapak/ibu dengan adanya keberadaan ritel modern dalam persaingan bisnis (umkm) saat ini?	<i>Bagi kami persaingan menjadi sangat sengit, mereka ritel dengan modal besar serta tempat yang lebih mewah cukup mengalahkan kami dalam berbagai faktor, kami berusaha sangat keras agar bisa bertahan sejauh ini dan menghindari rugi.</i>

## Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara



Gambar 1.1 Dokumentasi Wawancara Pegawai Kantor



Gambar 1.2 Dokumentasi Wawancara Akademisi



Gambar 1.3 Dokumentasi Wawancara Pemilik Toko Kelontong Aden Jaya Kec. Baiturrahman



Gambar 1.4 Dokumentasi Wawancara Pemilik Toko Kelontong Restu Jaya Kec. Baiturrahman



Gambar 1.5 Dokumentasi Wawancara Pemilik Toko Kelontong Poma Jaya Kec. Kuta Alam



Gambar 1.6 Dokumentasi Wawancara Pemilik UD Kuta Mulia Kec. Kuta Alam





Gambar 1.7 Dokumentasi Wawancara Pemilik Toko Kelontong Faris Jaya Kec. Syiah Kuala



Gambar 1.8 Dokumentasi Wawancara Pemilik Toko Kelontong Hendri Jaya Kec. Syiah Kuala