

**SKRIPSI**

**DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN TERHADAP  
KEBERLANGSUNGAN RITEL TRADISIONAL  
(Studi Kasus Di Wilayah Kecamatan Banda Sakti,  
Kota Lhokseumawe)**



**Disusun Oleh:**

**WINDATRIA  
NIM: 140602024**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2018 M / 1439 H**

**SKRIPSI**

**DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN TERHADAP  
KEBERLANGSUNGAN RITEL TRADISIONAL  
(Studi Kasus Di Wilayah Kecamatan Banda Sakti,  
Kota Lhokseumawe)**



**Disusun Oleh:**

**WINDATRIA  
NIM: 140602024**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2018 M / 1439 H**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**  
**BANDA ACEH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Situs : [www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis](http://www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis)

**LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Windatria  
NIM : 140602024  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
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 pemanipulasian dan pemalsuan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan 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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 25 Juli 2018

Yang menyatakan



Windatria

# LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

## SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah

Dengan Judul:

**Dampak Keberadaan Ritel Modern terhadap Keberlangsungan  
Ritel Tradisional (Studi Kasus di Wilayah  
Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe)**

Disusun Oleh:

Windatria

NIM: 140602024

Disetujui untuk diseminarkan 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

Pembimbing I,



Dr. Muhammad Zulhilmi, M.A.

NIP: 19720428 200501 1 003

Pembimbing II,



Khairul Amri, SE., M.Si

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, 

Dr. Muhammad Zulhilmi, M.A.

NIP: 19720428 200501 1 003





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

Jl. Syekh 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-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Windatria  
NIM : 140602024  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail : [winda.tria96@gmail.com](mailto:winda.tria96@gmail.com)

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

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....  
(*tulis jenis karya ilmiah*) yang berjudul (*tulis judul karya ilmiah yang lengkap*):

**Dampak Keberadaan Ritel Modern terhadap Keberlangsungan Ritel Tradisional (Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe)**

berserta 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 : 30 Juli 2018

Penulis  
  
Windatria

Mengetahui  
Pembimbing I  
  
Dr. Muhammad Zulhilmi, MA  
NIP: 19720428 200501 1 003

Pembimbing II  
  
Khairul Amri, SE., M.Si

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta telah memberikan petunjuk serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang sederhana ini. Tidak lupa pula penulis panjatkan shalawat beserta salam kepada Rasulullah Muhammad SAW serta para sahabat dan keluarga beliau yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Skripsi ini diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata I Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul **“Dampak Keberadaan Ritel Modern terhadap Keberlangsungan Ritel Tradisional (Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe)”**. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan, dan jauh dari kata kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis.

Dalam penyelesaian skripsi ini dan selama mengikuti pendidikan sarjana, penulis telah banyak menerima uluran tangan,

bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Bapak Dr. Muhammad Zuhilmi, MA selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Ibu Cut Dian Fitri, SE., Ak, M.Si selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
3. Bapak Dr. Muhammad Zuhilmi, MA selaku Pembimbing I dan Bapak Khairul Amri, SE., M.Si selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan motivasi serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Nilam Sari, M.Ag sebagai Penguji I serta Ibu Seri Murni, SE.,M.Si.,Ak sebagai Penguji II yang telah memberikan banyak saran dan kritikan kepada penulis demi menyempurnakan isi dari skripsi ini.
5. Bapak Farid Fathony Ashal, Lc. MA selaku dosen wali yang telah memberikan motivasi serta bimbingan kepada penulis selama proses perkuliahan. Serta Bapak dan Ibu dosen pengajar Program Studi Ekonomi Syariah yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan. Serta kepada para staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

6. Bapak Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratirium dan Bapak Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA selaku Sekretaris Laboratorium.
7. Ibundaku tercinta Masriah, S.Pd dan Almarhum Ayahandaku tersayang Jafaruddin, Kakakku tersayang Fajriani, S.Pd., M.Ed dan Abangku tersayang Husaiman, S.T, Abang Ipar Yulizar, S.PdI., M.Ed serta keponakanku Rafisqi Yulizar dan Akifa Almaira Yulizar yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, semangat, motivasi dan dukungan serta pengorbanan yang luarbiasa hebat kepada penulis.
8. Teman-teman KPM UIN Ar-Raniry di Rambong Payong, Teunom, Aceh Jaya tahun 2018 serta teman-teman seperjuangan angkatan 2014, terkhusus unit 1 dan 2 yang telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini.

Akhirnya kepada Allah SWT jualah dikembalikan segala sesuatu, agar kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan kepada penulis diberikan imbalan yang setimpal dan dijadikan sebagai amal jariyah. Semoga semua yang telah dicapai penulis, di ridhai Allah SWT. Aamiin ya Rabbal ‘Alamiin.

Wassalamu’alaikum Wr.Wb

Banda Aceh, 26 Juni 2018

Penulis

Windatria

## 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	t}
2	ب	B	17	ظ	z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	g
5	ج	J	20	ف	f
6	ح	H	21	ق	q
7	خ	Kh	22	ك	k
8	د	D	23	ل	l
9	ذ	Ž	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	S	29	ي	y
15	ض	D			

## 2. Konsonan

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>Fatḥah</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>Fatḥah</i> dan ya	ai
◌َ و	<i>Fatḥah</i> dan wau	au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauला*

### 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
اَ / اِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

### 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:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: <i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah</i>
طَلْحَةُ	: <i>Talḥah</i>

### 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.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
2.1 Konsep Pasar .....	11
2.1.1 Pengertian Pasar .....	11
2.1.2 Fungsi Pasar .....	12
2.1.3 Jenis-Jenis Pasar .....	13
2.1.4 Pelaku Pasar .....	17
2.2 Konsep Ritel .....	17
2.2.1 Pengertian Ritel .....	17
2.2.2 Pembagian Ritel .....	18
2.2.3 Perbedaan Karakteristik Ritel Tradisional dan Ritel Modern .....	22
2.3 Etika Bisnis Perspektif Islam .....	23
2.3.1 Pengertian Etika Bisnis Islam .....	23

2.3.2 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis dalam Islam .....	25
2.3.3 Orientasi Bisnis dalam Islam .....	36
2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	37
2.5 Kerangka Pemikiran.....	55
2.6 Hipotesis .....	56
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	57
3.2 Lokasi Penelitian .....	57
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	58
3.3.1 Populasi .....	58
3.3.2 Sampel .....	58
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	59
3.5 Teknik Analisis Data .....	60
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ....</b>	<b>63</b>
4.1 Pelaksanaan Penelitian .....	63
4.2 Hasil Penelitian .....	63
4.2.1 Karakteristik Responden .....	64
4.2.2 Aktivitas Usaha Responden .....	68
4.2.3 Gambaran Sebelum dan Sesudah Hadirnya Ritel Modern .....	71
4.2.3.1 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya (2006) .....	72
4.2.3.2 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret (2015) .....	75
4.2.3.3 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart (2017) .....	78
4.2.4 Uji Prasyarat Analisis <i>Paired Sample T-test</i> ..	80
4.2.5 Pengujian Hipotesis dengan Analisis <i>Paired Sample T-test</i> .....	97

4.5.2.1	Analalisis <i>Paired Sample T-test</i> Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya .....	98
4.2.5.2	Analalisis <i>Paired Sample T-test</i> Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret .....	101
4.2.5.3	Analalisis <i>Paired Sample T-test</i> Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart .....	103
4.3	Pembahasan .....	105
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>109</b>
5.1	Kesimpulan .....	109
5.2	Saran.....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>112</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>116</b>

## ABSTRAK

Nama : Windatria  
NIM : 140602024  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/  
Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Dampak Keberadaan Ritel Modern  
terhadap Keberlangsungan Ritel  
Tradisional (Studi Kasus di Wilayah  
Kecamatan Banda Sakti, Kota  
Lhokseumawe)  
Tanggal Sidang : 5 Juli 2018  
Tebal Skripsi : 161 Halaman  
Pembimbing I : Dr. Muhammad Zulhilmi, MA  
Pembimbing II : Khairul Amri, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli ritel tradisional sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern (Suzuya, Indomaret dan Alfamart) di Kota Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik *paired sample t-test*. Populasi penelitian adalah seluruh pedagang ritel tradisional di Pasar Inpres sebanyak 33 orang yang menjual produk yang sama dengan di ritel modern dan sampel sebanyak 30 orang yang ditarik/dipilih secara *random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perubahan jumlah keuntungan, pendapatan dan pembeli ritel tradisional sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern di Kota Lhokseumawe dilihat dari data kasar. Sedangkan hasil analisis data menggunakan analisis statistik menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya sebagai ritel modern di Kota Lhokseumawe. Hal yang sama juga terjadi pada ritel modern Indomaret dan Alfamart.

**Kata Kunci:** Keuntungan, Pendapatan, Jumlah Pembeli

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Ritel Modern dengan Ritel Tradisional .....	22
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	47
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	62
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	64
Tabel 4.2 Usia Responden .....	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden .....	66
Tabel 4.4 Jumlah Produk yang Tersedia, Jumlah Produk yang Terlaku dan Pembeli di Ritel Tradisional ....	69
Tabel 4.5 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya (2006) .....	72
Tabel 4.6 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret (2015) .....	75
Tabel 4.7 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart (2017) .....	78
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya .....	81
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya .....	82
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya .....	83
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret .....	84
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret .....	85

Tabel 4.13	Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret .....	86
Tabel 4.14	Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart .....	87
Tabel 4.15	Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart .....	88
Tabel 4.16	Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart .....	89
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya .....	90
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya .....	90
Tabel 4.19	Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya .....	91
Tabel 4.20	Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret .....	92
Tabel 4.21	Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret .....	93
Tabel 4.22	Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret .....	93
Tabel 4.23	Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart .....	94
Tabel 4.24	Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart .....	95

Tabel 4.25 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart .....	96
Tabel 4.26 Hasil Pengujian Linearitas Data Penelitian .....	97
Tabel 4.27 Hasil Analisis <i>Paired Sample T-test</i> Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya .....	98
Tabel 4.28 Hasil Analisis <i>Paired Sample T-test</i> Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya .....	99
Tabel 4.29 Hasil Analisis <i>Paired Sample T-test</i> Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya .....	100
Tabel 4.30 Hasil Analisis <i>Paired Sample T-test</i> Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret .....	101
Tabel 4.31 Hasil Analisis <i>Paired Sample T-test</i> Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret .....	102
Tabel 4.32 Hasil Analisis <i>Paired Sample T-test</i> Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret .....	102
Tabel 4.33 Hasil Analisis <i>Paired Sample T-test</i> Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart .....	103
Tabel 4.34 Hasil Analisis <i>Paired Sample T-test</i> Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart .....	104
Tabel 4.35 Hasil Analisis <i>Paired Sample T-test</i> Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart .....	105

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Angket (Kuesioner) Penelitian.....	116
Lampiran 2 Data Mentah Hasil Penelitian .....	122
Lampiran 3 Hasil Pengujian Normalitas .....	130
Lampiran 4 Hasil Pengujian Homogenitas .....	136
Lampiran 5 Hasil Pengujian Linearitas .....	141
Lampiran 6 Hasil Analisis <i>Paired Sample T-test</i> .....	144
Lampiran 7 Foto Kegiatan Penelitian .....	160

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan berkembangnya zaman, bisnis ritel di Indonesia semakin berkembang. Semakin berkembangnya bisnis ritel di Indonesia ini disebabkan oleh berubahnya tingkat pendapatan dan budaya masyarakat, sehingga membuat kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Kebutuhan setiap masyarakat berbeda-beda, tergantung dengan pendapatan yang dimiliki. Bagi masyarakat yang memiliki pendapatan lebih, pasti mereka ingin memiliki produk-produk yang lebih mewah, berbelanja dan menggunakan uangnya di tempat yang nyaman, bersih, produk-produknya lengkap, tertata rapi dan tidak berdesak-desakan. Dengan demikian, dapat berdampak positif terhadap bisnis ritel dan khususnya adalah ritel modern.

Penggunaan ritel modern saat ini tidak hanya tertuju kepada masyarakat kelas menengah keatas, tetapi juga mulai tertuju pada masyarakat kelas menengah ke bawah. Dahulu ritel modern hanya terdapat di perkotaan-perkotaan besar seperti Jakarta, Surabaya, Medan dan daerah perkotaan lainnya, akan tetapi sekarang telah masuk dan berkembang di daerah kabupaten dan kecamatan di desa-desa.

Menurut catatan Federasi Organisasi Pedagang Pasar Indonesia (FOPPI) bahwa telah terjadi penyusutan jumlah pasar

tradisional sebesar 8% per tahun di seluruh Indonesia (Utomo, 2011), sedangkan jumlah pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun. Jika kondisi ini semakin dibiarkan, maka dapat membuat para pedagang kecil atau peritel tradisional akan kehilangan mata pencahariannya. Pasar tradisional mungkin akan tersingkirkan secara perlahan dan dapat membuat tenggelam seiring dengan perkembangan dunia ritel saat ini yang didominasi oleh ritel modern.

Dalam pandangan Islam, bahwa persaingan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis seperti melakukan usaha yang membuat usaha dari pesaingnya hancur, maka itu termasuk melanggar prinsip syariah Islam dan tidak diperbolehkan serta sangat dilarang. Kecuali persaingan yang dilakukan dalam suatu kebaikan, seperti bersaing dalam meningkatkan dan mengembangkan usahanya, sehingga antar sesama pelaku bisnis jadi bersemangat untuk lebih meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, maka itu diperbolehkan. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah (2) ayat 148 :

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ١٤٨

Artinya : *“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya*

*Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (Q.S. Al-Baqarah [2] : 148)*

Selain itu, dalam sebuah artikel *Marketing online*, Gozali (2013) berpendapat bahwa jumlah ritel modern di Indonesia pada tahun 2007-2012 mengalami pertumbuhan rata-rata 17,57% per tahun. Jumlah usaha ritel di Indonesia hanya sebanyak 10.365 gerai pada tahun 2007, dan kemudian meningkat sebanyak 7.787 gerai pada tahun 2011 menjadi 18.152 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. Menurut catatan Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo) (Gozali, 2013), 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 Rp49 triliun pada tahun 2006 dan pada tahun 2011 meningkat tajam hingga mencapai Rp120 triliun per tahun.

Menurut Purwanto (2012), 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. Sehingga berdampak terhadap peningkatan jumlah dan penjualan di ritel modern. Selain itu, Purwanto (2012) juga menyebutkan bahwa enam tahun berjalan yaitu dari tahun 1998 hingga 2003, *hypermarket* tumbuh 27% per tahun yaitu dari 8 menjadi 49 gerai di seluruh Indonesia. Pedagang

ritel tradisional yang menjual produk yang sama dengan yang dijual di *supermarket* dan *hypermarket*, akan terkena dampak dari keberadaan *supermarket* dan *hypermarket*. Akan tetapi, pedagang ritel tradisional yang menjual makanan segar seperti sayuran, buah-buahan dan ikan, tidak terlalu terkena dampak dari kehadiran *supermarket* dan *hypermarket* tersebut dan masih bisa bersaing, karena pembeli masih lebih suka berbelanja di pasar tradisional.

Kota Lhokseumawe merupakan salah satu kota yang terletak di Provinsi Aceh. Kota Lhokseumawe terdiri dari 4 Kecamatan yaitu kecamatan Banda Sakti, Kecamatan Muara Dua, Kecamatan Muara Satu dan Kecamatan Blang Mangat. Kecamatan Banda Sakti adalah kecamatan yang berada di pusat Kota Lhokseumawe. Sebagai pusat kota di Lhokseumawe, di kecamatan Banda Sakti ini terdapat pasar tradisional besar, yaitu Pasar Inpres. Pasar ini menjadi tempat tujuan masyarakat untuk berbelanja keperluan sehari-harinya baik masyarakat yang berdomisili di Kota Lhokseumawe sendiri maupun dari masyarakat yang berdomisili di daerah sekitar Kota Lhokseumawe yaitu masyarakat yang berdomisili di daerah Aceh Utara, seperti masyarakat di Kecamatan Syamtalira Bayu dan Kecamatan Samudera, Aceh Utara.

Sebagai pasar terbesar di Kota Lhokseumawe, di Pasar Inpres menjual berbagai macam kebutuhan masyarakat. Diantaranya ada kebutuhan pangan seperti beras, ikan, sayuran, dan buah-buahan. Ada juga yang menjual berbagai kebutuhan sandang seperti pakaian, juga ada perlengkapan dapur seperti wajan, panci,

kecap, saus, minyak goreng, gula, garam, telur, juga ada perlengkapan kamar mandi seperti pasta gigi, sikat gigi, sabun, shampo, deterjen, pengharum pakaian dan lain sebagainya. Juga ada yang menjual minuman dan makanan kemasan. Segala kebutuhan masyarakat tersedia di pasar tradisional tersebut.

Di Kota Lhokseumawe tepatnya di Kecamatan Banda Sakti juga terdapat ritel modern. Ritel modern yang pertama kali hadir di Kota Lhokseumawe adalah Suzuya yang mulai beroperasi pada tanggal 7 Oktober 2006 yang awalnya berstatus sebagai Suzuya Supermarket, kemudian seiring dengan perkembangannya berubah menjadi Suzuya Superstore. Sekitar awal tahun 2015, juga hadir ritel modern berjenis minimarket yaitu Indomaret yang juga menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari masyarakat dengan luas area penjualan kurang dari 200 m<sup>2</sup>. Kemudian, di susul juga dengan hadirnya ritel modern lainnya yaitu Alfamart sekitar awal tahun 2017 di Kota Lhokseumawe.

Berbagai jenis barang diperjualbelikan di Suzuya. Mulai dari penjualan buah-buahan, makanan dan minuman kemasan, perlengkapan kamar mandi seperti sabun, shampo, pasta gigi, sikat gigi, deterjen, dan lain sebagainya. Disana juga menjual perlengkapan dapur seperti kecap, saus, minyak goreng, gula, garam, dan telur, ada perlengkapan kosmetik. Tidak hanya itu saja, di Suzuya juga anak menjual perlengkapan anak-anak seperti popok, juga menjual mainan dan pakaian anak-anak, pakaian laki-laki dan perempuan dewasa.

Berbeda dengan Indomaret dan Alfamart. Di Indomaret dan Alfamart hanya menjual produk-produk seperti makanan dan minuman kemasan, perlengkapan kamar mandi, perlengkapan dapur, perlengkapan anak-anak seperti popok bayi. Produk-produk itu semua tertata rapi dan bagus.

Sebagai tempat perbelanjaan, Suzuya, Indomaret dan Alfamart memiliki tempat yang cukup strategis yaitu dekat dengan pemukiman penduduk, juga memiliki tempat yang nyaman, bersih, adem, produk-produk yang diperjualbelikan tertata rapi serta adanya harga produk yang di diskon. Setelah hadirnya Suzuya, Indomaret dan Alfamart di Kota Lhokseumawe, masyarakat di Kota Lhokseumawe mulai berbelanja kebutuhan sehari-harinya di ritel yang berjenis modern tersebut.

Suasana dan bentuk ritel modern dan pasar/ritel tradisional jauh berbeda. Pada ritel tradisional, barang-barang yang diperjualbelikan tidak tertata rapi, suasananya panas, berdesakan, tidak ada diskon dan lain-lain. Sedangkan di ritel modern, barang-barang yang diperjualbelikan tersusun rapi, teratur, suasana dingin, ada harga diskon, tempatnya bagus.

Berdasarkan uraian dan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang permasalahan tersebut dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Dampak Keberadaan Ritel Modern terhadap Keberlangsungan Ritel Tradisional (Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang Masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penulis mencoba mengambil beberapa rumusan masalah yang nantinya akan dikaji dalam skripsi ini. Adapun yang menjadi permasalahan adalah :

1. Bagaimana tingkat keuntungan ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern ?
2. Bagaimana tingkat pendapatan ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern ?
3. Apakah terdapat perbedaan jumlah pembeli pada ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern ?

## **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 tingkat keuntungan ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern.
2. Untuk mengetahui tingkat pendapatan ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan jumlah pembeli pada ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi ekonomi syariah serta dapat menambah perbendaharaan dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan, terutama mengenai ritel tradisional dan ritel modern.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

- a. Pedagang tradisional, dapat menambah wawasan sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan strategi dalam memasarkan produknya.
- b. Pemerintah, penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberi informasi mengenai dampak dari keberadaan ritel modern terhadap ritel tradisional yang ada di Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe. Serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam membuat kebijakan dalam pengelolaan pasar untuk mengatasi masalah yang terjadi pada ritel tradisional.
- c. Penulis, dapat menjadi wadah penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan.

## **1.5 Sistematika Pembahasan**

Agar pembahasan lebih teratur dan terarah serta memudahkan para pembaca, maka disini akan diuraikan secara singkat mengenai sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pertama merupakan pendahuluan yang menjadi gambaran awal dari apa yang akan dilakukan oleh peneliti. 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. Sistematika pembahasan yang menjelaskan sistematika isi dari awal penelitian hingga kesimpulan dari suatu penelitian.

### **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 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

Bab dengan judul Penutup ini di dalamnya memaparkan kesimpulan hasil penelitian yang merujuk kepada hasil pengujian hipotesis dan perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian. Serta berisi saran menyangkut permasalahan yang disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Konsep Pasar**

##### **2.1.1 Pengertian Pasar**

Pada dasarnya, pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk melakukan suatu transaksi jual beli barang dan jasa. Pengertian pasar berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Pasal 1 Tahun 2007 mendefinisikan pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai Pusat Perbelanjaan, Pasar Tradisional, Pertokoan, *Mall*, Plaza, Pusat Perdagangan maupun sebutan lainnya.

Menurut Dahl dan Hammond (Widodo, 2013:30), “pasar adalah sebagai suatu lingkungan atau ruang tempat kekuatan permintaan dan penawaran bekerja untuk menentukan atau memodifikasi harga sehingga terjadi pertukaran kepemilikan barang dan jasa serta adanya fakta kegiatan fisik dan institusional”. Pasar juga dapat diartikan sebagai tempat untuk mengadakan transaksi pertukaran benda-benda, jasa ekonomi dan uang, yang di dalamnya terdapat komunikasi dan interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli sehingga nantinya akan tercipta suatu harga berdasarkan kesepakatan bersama.

Dalam pengertian ekonomi, pasar adalah suatu keadaan dimana pembeli sebagai konsumen dan penjual sebagai produsen

dan pedagang melakukan transaksi setelah keduanya sepakat mengenai harga terhadap sejumlah barang dan dengan kualitas tertentu dari suatu objek transaksi. Pihak pembeli sebagai konsumen mendapatkan barang yang diinginkan untuk kebutuhan hidupnya, dan pihak penjual sebagai produsen atau pedagang mendapatkan imbalan pendapatan yang akan digunakan nantinya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Berdasarkan beberapa pengertian pasar diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan suatu tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dimana penjual nantinya akan mendapatkan imbalan pendapatan dan pembeli memperoleh barang dan jasa yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui kesepakatan harga bersama.

### **2.1.2 Fungsi Pasar**

Pasar memiliki tiga fungsi (Saraswati dkk, 2008:87), yaitu (1) fungsi distribusi, (2) fungsi pembentukan harga, dan (3) fungsi promosi. Ketiga fungsi pasar tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **1. Fungsi Distribusi**

Pasar berperan sebagai penyalur barang dan jasa dari produsen ke konsumen melalui transaksi jual beli. Pihak produsen menyalurkan hasil produksinya melalui perantara atau pedagang di pasar.

## 2. Fungsi Pembentukan Harga

Penjual yang melakukan penawaran barang dan pembeli yang melakukan permintaan atas barang yang dibutuhkannya melalui transaksi jual beli dengan kesepakatan harga terlebih dahulu, biasanya harga yang dikehendaki penjual, lebih tinggi daripada yang diinginkan oleh pembeli, tetapi akhirnya harus ada harga yang disepakati bersama agar transaksi terjadi.

## 3. Fungsi promosi

Pasar juga dapat digunakan untuk memperkenalkan produk baru dari produsen kepada calon konsumennya. Dengan berbagai media, pasar melakukan promosi agar calon konsumen tertarik dengan barang yang ditawarkannya

### **2.1.3 Jenis-Jenis Pasar**

Pasar dapat digolongkan menjadi beberapa jenis yaitu:

#### **1. Berdasarkan Sifatnya**

Pasar berdasarkan sifatnya (Mapata, 2017) dapat dikelompokkan sebagai berikut:

##### a. Pasar Konkret /Nyata

Pasar nyata adalah pasar yang memperjualbelikan barang-barang dan barangnya ada di pasar tersebut. Pada saat kesepakatan pembelian telah selesai, maka pembeli dapat langsung membawa barang tersebut. Pasar nyata memiliki ciri-ciri yaitu : (1) barang

yang diperjualbelikan tersedia di pasar tersebut, (2) terjadinya pertemuan secara langsung antara penjual dan pembeli, (3) barang yang diperjualbelikan biasanya adalah barang kebutuhan sehari-hari dan dapat dilakukan tawar-menawar, dan (4) pembelian suatu barang biasanya dilakukan secara tunai (kontan). Contoh dari pasar nyata atau konkret adalah pasar buah, pasar sayur, supermarket, mal, minimarket, swalayan dan pasar tradisional.

b. Pasar Abstrak/Tidak Nyata

Pasar tidak nyata/abstrak adalah pasar yang tidak dapat dilakukan transaksi jual beli secara langsung. Biasanya transaksi antara penjual dan pembeli hanya melalui telepon, internet dan lainnya berdasarkan contoh barang. Serta barang yang diperjualbelikan tidak ada di tempat dan tidak terjadinya tawar-menawar. Contohnya seperti pasar modal.

## **2. Berdasarkan Jenisnya**

Berdasarkan jenisnya (Pujiastuti, 2007), pasar dapat dikelompokkan menjadi:

a. Pasar Barang Konsumsi

Pasar barang konsumsi adalah pasar yang menjual barang-barang yang digunakan untuk kegiatan konsumsi rumah tangga konsumen, seperti dari segi sandang, pangan, hingga barang-barang yang tergolong mewah seperti mobil.

b. Pasar Faktor Produksi

Pasar faktor produksi adalah pasar yang menyediakan atau memperjualbelikan faktor-faktor produksi yang akan dipergunakan oleh produsen seperti mesin produksi, tanah, dan bangunan.

### **3. Berdasarkan Kegiatannya**

Pasar berdasarkan cara transaksinya digolongkan sebagai berikut :

a. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli, ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara langsung, biasa bangunannya berbentuk gerai, kios-kios, los dan tempat terbuka. Pada pasar tradisional biasanya menjual berbagai kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan seperti beras, sayur, ikan, dan lain-lain. Pasar tradisional juga menjual kebutuhan bersih-bersih seperti sabun, pasta gigi, sikat dan lainnya. Pada pasar tradisional, pembeli dilayani oleh penjual, dan mereka juga melakukan transaksi tawar-menawar untuk menentukan harga yang sepakat agar jual beli terjadi.

b. Pasar Modern

Pasar modern merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan transaksi jual beli secara tidak langsung, dimana pembeli melayani diri sendiri dengan mengambil barang kebutuhannya di rak-rak yang disediakan berbagai macam produk. Harga masing-masing produk juga telah tertera pada

tempat barang tersebut diletakkan dan pembeli tidak bisa melakukan tawar-menawar.

#### **4. Berdasarkan Jumlah Penjual dan Pembeli**

Menurut Pujiastuti dkk (2007), berdasarkan jumlah penjual dan pembeli, pasar dikelompokkan sebagai berikut :

a. Pasar Monopoli

Pasar monopoli merupakan suatu pasar yang penawaran suatu barang hanya dikuasai oleh satu perusahaan saja. Contohnya seperti Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang memonopoli penjualan arus listrik di Indonesia.

b. Pasar Duopoli

Pasar duopoli adalah suatu pasar dimana penawaran barangnya dikuasai oleh dua perusahaan saja. Misalnya penawaran yang dilakukan oleh perusahaan Pertamina dan Caltex.

c. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli adalah pasar yang penawaran barangnya dikuasai oleh beberapa perusahaan. Misalnya, penawaran barang berupa sepeda motor di yang dikuasai oleh beberapa perusahaan seperti Honda, Suzuki, Kawasaki dan Yamaha.

d. Pasar Monopsoni

Pasar monopsoni adalah suatu pasar yang dalam kegiatannya hanya terdapat satu pihak pembeli sehingga pembeli tersebut mampu untuk menetapkan harga. Contohnya seperti hasil panen teh yang hanya dijual kepada satu perusahaan produksi.

e. Pasar Duopsoni

Pasar duopsoni adalah pasar yang dikuasai oleh dua orang / kelompok pembeli untuk membeli suatu barang yang di produksi oleh beberapa perusahaan.

f. Pasar Oligopsoni

Pasar oligopsoni adalah pasar yang terdapat beberapa pembeli terhadap suatu barang yang dipegang oleh beberapa pihak.

#### **2.1.4 Pelaku Pasar**

Dalam ilmu ekonomi, pasar diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk menukar jenis barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Yang menjadi pelaku di pasar adalah :

1. Pembeli

Pembeli adalah orang yang melakukan kegiatan membeli suatu barang ataupun produk.

2. Penjual

Penjual adalah orang yang melakukan kegiatan menjual suatu barang ataupun produk.

### **2.2 Konsep Ritel**

#### **2.2.1 Pengertian Ritel**

Kata ritel berasal dari bahasa Perancis yaitu *Ritellier* yang berarti memecah sesuatu atau memotong. Menurut Sujana (2012:19), ritel atau *retail* secara harfiah adalah “eceran atau

perdagangan eceran, dan peritel/*retailer* diartikan sebagai pengecer atau pengusaha perdagangan eceran”. Sedangkan menurut Umar (2005), usaha eceran/*retailing* adalah suatu kegiatan penjualan barang dan jasa yang dilakukan oleh penjual kepada konsumen akhir untuk dikonsumsi sendiri dan bukan untuk dijual lagi.

Ritel merupakan bagian terpenting dalam kegiatan rantai konsumsi. Karena ritel dapat diartikan sebagai usaha eceran yaitu semua jenis usaha yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir. Menurut Berman dan Evans (Asep, 2012:19) juga mendefinisikan bahwa ritel sebagai “*those business activities involved in the sale of goods and services to consumers for their personal, family or household use*” atau “keseluruhan aktivitas bisnis yang menyangkut penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk digunakan oleh mereka sendiri, keluarga atau rumah tangganya”.

Bisnis ritel merupakan suatu kegiatan penjualan barang yang dilakukan secara eceran pada berbagai tipe gerai, seperti pasar, kios, *department store*, butik dan lain-lain yang umumnya dipergunakan langsung oleh pembeli yang bersangkutan.

### **2.2.2 Pembagian Ritel**

Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 kelompok, yaitu Ritel Tradisional dan Ritel Modern.

## 1. Ritel Tradisional

Soliha (2008:130), mengartikan ritel tradisional adalah sebagai berikut:

“Ritel yang bersifat tradisional adalah sejumlah pengecer atau pedagang eceran yang berukuran kecil dan sederhana, misalnya toko-toko kelontong, pengecer atau pedagang eceran yang berada di pinggir jalan seperti kios-kios, pedagang eceran yang berada di pasar tradisional seperti los, tenda dan lain-lain. Kelompok bisnis ritel ini merupakan kelompok usaha kecil dan memiliki modal yang sedikit dengan menggunakan fasilitas yang sederhana.”

Berdasarkan pengertian diatas, dapat diketahui bahwa ritel tradisional merupakan segala macam bentuk pengecer yang berukuran yang kecil dan memiliki modal yang sedikit.

## 2. 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.

Regulasi 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*,

*Supermarket, Department Store, Hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Ritel modern ini diwakili oleh Carrefour, Ramayana, Indomaret, Alfamart dan sebagainya.

Dalam Pasal 6 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 70/M-DAG/PER/12/2013 Peraturan Menteri ini tentang Pedoman Penataan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, disebutkan bahwa luas lantai penjualan toko modern meliputi :

- a. Minimarket, kurang dari  $400 m^2$  (empat ratus meter persegi)
- b. Supermarket, lebih dari  $400 m^2$  (empat ratus meter persegi)
- c. Department Store, lebih dari  $400 m^2$  (empat ratus meter persegi)
- d. Hypermarket, lebih dari  $5.000 m^2$  (lima ribu meter persegi)
- e. Perkulakan, lebih dari  $5.000 m^2$  (lima ribu meter persegi)

Menurut Utomo (2011), ritel modern yang terdiri dari *minimarket, supermarket, hypermarket dan department store* dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. *Minimarket* adalah toko berukuran relatif kecil. Pada kelompok ini, hanya terdapat dua pemain besar yaitu Indomaret dan Alfamart.
2. *Supermarket* adalah bentuk toko ritel yang operasinya cukup besar. Toko modern ini menjual segala macam kebutuhan seperti makanan, minuman, pasta gigi, sabun mandi, pakaian, serta produk-produk non-food seperti mainan, majalah dan lain-

lain. Pada kelompok ini, pemain utamanya seperti Hero, Carrefour, Suzuya Mall dan lain-lain.

3. *Department store* (toko serba ada) adalah toko eceran modern yang berskala besar yang pengelolaannya dipisah dan dibagi menjadi bagian yang menjual pakaian wanita, pakaian pria, pakaian anak-anak dan lain-lain. *Department store* mempunyai luas lantai penjualan lebih dari 400  $m^2$ .
4. *Hypermarket* adalah jenis toko modern yang memiliki luas lantai penjualan lebih dari 5.000  $m^2$  sehingga lebih luas dibandingkan dengan supermarket. Jumlah jenis barang yang dijual di *hypermarket* sangat besar (lebih dari 50.000 item) dan meliputi banyak jenis produk. Barang-barang yang ditawarkan meliputi produk grosiran, minuman, *hardware*, bahan bangunan, perabot rumah tangga dan juga *furniture*.

Dalam Utomo (2011) disebutkan bahwa, pada kelompok ini hanya 3 peritel yang menguasai 88,5% pangsa omset *hypermarket* di Indonesia dari 5 peritel. Tiga peritel utama itu adalah Carrefour yang telah menguasai lebih kurang 50% pangsa omset, Hypermart (Matahari Putra Prima) dengan pangsa 22,1% dan Giant (Hero Grup) dengan 18,5% *hypermarket* yang ada di seluruh Indonesia.

### 2.2.3 Perbedaan Karakteristik Ritel Tradisional dan Ritel Modern

Terdapat perbedaan antara ritel tradisional dengan ritel modern, yaitu :

**Tabel 2.1 Perbedaan Ritel Tradisional dengan Ritel Modern**

No	Aspek	Ritel Tradisional	Ritel Modern
1.	Harga	Harga tawar-menawar	Harga pasti
2.	Lokasi	Tersebar di kota dan desa	Di daerah perkotaan
3.	Modal	Modal kecil	Modal besar
4.	Manajemen	Manajemen belum profesional	Manajemen modern
5.	Konsumen	Golongan menengah ke bawah	Golongan menengah ke atas
6.	Fisik	Kurang baik, ada sebagian baik	Baik dan mewah
7.	Metode pembayaran	Transaksi tunai	Pembayaran dapat menggunakan kartu kredit atau debit
8.	Pemilikan	Di kelola pemerintah	Umumnya di kelola swasta
9.	Promosi	Jarang ada program promosi	Banyak promosi
10.	Bentuk pasar	Pedagang tradisional skala kecil dan skala sedang	Toko modern ( <i>hypermarket, supermarket, department store</i> ) dan pusat perbelanjaan ( <i>mall, plaza dan square</i> )

## **2.3 Etika Bisnis Perspektif Islam**

### **2.3.1 Pengertian Etika Bisnis Islam**

Kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang berarti adat, watak, akhlak, moral dan kesusilaan (Nawatmi, 2010). Menurut Aziz (2013) etika berkaitan dengan kebiasaan, nilai-nilai dan tata cara hidup yang baik, yang dianut dan diwariskan secara turun-temurun. Etika adalah suatu kesadaran yang ada pada diri seseorang atas dasar nilai dan rasa tanggung jawab terhadap sesuatu yang dianggap baik atau buruk serta diperbolehkan atau tidak diperbolehkan. Sehingga segala perbuatan yang dilakukan berdasarkan pada baik dan benar.

Selain itu, menurut Aziz (2013:24) etika diartikan sebagai “ilmu tentang kesusilaan yang menentukan bagaimana sepatutnya manusia hidup bermasyarakat yang menyangkut aturan dan prinsip dalam bertingkah laku yang benar, yaitu : (1) baik dan buruk, (2) kewajiban dan tanggung jawab”. Dalam Islam, etika dapat dimaknai sebagai akhlak atau adab seseorang yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia.

Kata bisnis dimaknai sebagai kegiatan berdagang, dan usaha komersil di bidang perdagangan. Bisnis merupakan suatu istilah yang berguna untuk menjelaskan segala aktivitas menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat sehari-hari. Bisnis juga dapat dimaknai sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh penghasilan dalam rangka untuk memenuhi

kebutuhan hidupnya dengan cara mengolah sumber daya yang ada secara efektif dan efisien.

Menurut Straub dan Attner (Yusanto dkk, 2002:15) bisnis adalah “suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh para konsumen untuk memperoleh profit”. Dalam pandangan Islam, bisnis dipahami sebagai suatu aktivitas bisnis yang tidak dibatasi oleh jumlah (kuantitas) kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya, akan tetapi dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya yaitu ada aturan halal dan haram. Islam menempatkan aktivitas perdagangan ataupun bisnis kedalam suatu posisi yang strategis untuk mencari rezeki dan penghidupan. Seperti yang telah disebutkan dalam sabda Rasulullah SAW : *“Perhatikan olehmu sekalian perdagangan, sesungguhnya di dunia perdagangan itu ada sembilan dari sepuluh pintu rezeki.”*

Badroen (2005:15), mengartikan etika bisnis adalah “seperangkat nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah wajar atau tidak wajar serta diperbolehkan atau tidaknya perilaku manusia dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip dan moralitas”. Selain itu, etika bisnis juga dapat dimaknai sebagai suatu prinsip dan norma, yang dijalankan oleh para pelaku bisnis yaitu para pedagang dalam bertransaksi, berperilaku untuk mencapai tujuan bisnis dengan selamat.

Menurut Amalia (2014:135), “etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang

dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Perilaku etis yang dimaksud adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya”. Jadi, pada dasarnya etika bisnis Islam sama dengan etika bisnis yang telah di paparkan diatas, hanya saja dalam Islam yaitu memposisikan bisnis sebagai usaha dari manusia untuk mencari keridhaan dari Allah SWT, memperhatikan cara perolehan dan pendayagunaan hartanya yaitu ada aturan halal dan haram serta memiliki rasa tanggung jawab pribadi dan sosial.

### **2.3.2 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis dalam Islam**

Untuk mencapai keberkahan atas usaha atau bisnis yang dilakukan, maka seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah diatur dalam Islam, antara lain :

#### **1. Kejujuran**

Kejujuran merupakan kunci kesuksesan atau keberhasilan suatu seorang pelaku bisnis atau pedagang menurut Islam. Kejujuran itu harus dilakukan dalam berbagai jenis kegiatan perdagangan, seperti jujur dalam takaran, jujur dalam menjelaskan kecacatan barang, jujur dalam meberikan upah para tenaga kerja dan lain sebagainya. Dalam Al-Qur’an Surah As-Syu’ara (26) ayat 181, Al-An’am (6) ayat 152 serta Ar-Rahman (55) ayat 9, disebutkan mengenai penyempurnaan dalam takaran dan timbangan.

﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ١٨١﴾

Artinya: *“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan.”* (Q.S. As-Syu’ara [26] : 181)

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا  
 الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا  
 وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَلَّاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ  
 ١٥٢

Artinya: *“Dan janganlah Kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu) dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.”*(Q.S. Al-An’am [6] : 152)

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ٩

Artinya: *“Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu.”* (Q.S. Ar-Rahman [55] : 9)

Dengan sikap jujur yang dilakukan terhadap dirinya sendiri maupun terhadap orang lain, maka kepercayaan pembeli kepada penjual akan tercipta dengan sendirinya.

## 2. Menjual barang yang baik mutunya.

Dalam melakukan suatu bisnis atau dagang, penjual wajib mengatakan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing produk yang diperjualbelikan. Sangat tidak etis, jika seorang penjual tidak mengatakan yang sejujurnya mengenai kecacatan suatu produk, karena itu semua menjadi tanggung jawab moral dari penjual. Menyembunyikan kecacatan suatu produk sama halnya dengan berbuat bohong dan curang.

Dalam hadits juga disebutkan bahwa :

عَنْ عُقْبَةَ بْنِ عَامِرٍ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: «الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ وَلَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ لَهُ

Artinya: *Dari ‘Uqbah bin Amir berkata, saya mendengar Rasulullah SAW bersabda : “Orang Muslim adalah saudara orang muslim, tidak halal bagi seorang muslim menjual kepada saudaranya (sesuatu barang yang) di dalamnya terdapat aib, kecuali ia menjelaskan kondisinya.” (H.R. Ibnu Majah)*

Menurut Djakfar (2012), para penjual yang sangat mengejar keuntungan dengan menyembunyikan mutu, maka ini termasuk kepada orang yang berlaku tidak adil dan secara tidak langsung

telah melakukan penindasan terhadap pembeli. Penindasan merupakan suatu hal yang zalim. Orang-orang yang melakukan zalim kepada orang lain, tidak akan pernah mendapatkan keuntungan. Firman Allah SWT dalam Al-Qasas (28) ayat 37 :

وَقَالَ مُوسَىٰ رَبِّي أَعْلَمُ بِمَن جَاءَ بِالْهُدَىٰ مِنْ عِنْدِي وَمَن تَكُونُ لَهُ  
عُقُوبَةُ الدَّارِ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ ٣٧

Artinya: *Musa menjawab : “Tuhanku lebih mengetahui orang yang (patut) membawa petunjuk dari sisi-Nya dan siapa yang akan mendapat kesudahan (yang baik) di negeri akhirat. Sesungguhnya tidaklah akan mendapat kemenangan orang-orang yang zalim.”*(Q.S. Al-Qasas [28] : 37)

Sikap yang dilakukan tersebut, dapat menghilangkan keberkahan karena dapat merugikan atau menipu orang lain dan termasuk kedalam hal-hal yang tidak dibenarkan dalam ajaran Islam.

3. Bersikap ramah tamah dan membangun hubungan baik dalam melakukan bisnis.

Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah, mampu membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan siapa saja melalui tali silaturahmi. Menurut ajaran Islam, melalui

silaturrahim itulah akan diraih keluasan rezeki dan dipanjangkan umurnya bagi siapa pun yang melakukannya (Djakfar, 2012). Seperti yang telah disebutkan dalam hadits Nabi Muhammad SAW di bawah ini :

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ وَأَنْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ  
(رواه البخاري ومسلم)

Artinya: *“Dari Anas bin Malik ra. bahwa Rasulullah SAW. bersabda : Barang siapa ingin dilapangkan baginya rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menjalin hubungan silaturrahim.”* (H.R. Bukhari dan Muslim)

Diluaskan rezeki dan dipanjangkan umur dalam sisi kegiatan bisnis dapat dipahami bahwa seorang pelaku bisnis yang selalu menyambungkan tali silaturrahim maka akan membuat usahanya semakin berkembang dan dilapangkan rezekinya. Sebab orang yang sering melakukan silaturrahim dapat memperluas jaringannya dalam berbisnis, mendapatkan informasi yang banyak serta mendapatkan dukungan dari berbagai kalangan. Sehingga membuat bisnis yang dijalankan akan semakin berkembang. Selain itu, Nabi Muhammad SAW mengatakan bahwa, *“Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis”* (H.R. Bukhari dan Tarmizi).

#### 4. Tidak melakukan sumpah palsu.

Kebiasaan yang dilakukan oleh pedagang atau pelaku bisnis yaitu bersumpah palsu agar dagangannya laris terjual. Nabi Muhammad SAW sangat tegas melarang para pelaku bisnis dalam melakukan sumpah palsu. Dalam pandangan Islam, perbuatan yang demikian itu sangat dilarang, karena dapat menghilangkan keberkahan. Nabi Muhammad SAW bersabda (Djakfar 2012:37), yang artinya sebagai berikut:

Artinya: *Dari Abu Hurairah ra. saya menedengar Rasulullah SAW bersabda “ Sumpah itu melariskan dagangan, tetapi menghapuskan keberkahan” (H.R. Abu Dawud).*

Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli dan akhirnya dapat meningkatkan daya beli atau pemasaran. Akan tetapi, itu semua harus disadari bahwa walaupun keuntungan meningkat, tetapi hasilnya tidak berkah.

5. Dilarang menjelekkkan bisnis orang lain agar orang lain membeli kepadanya, Rasulullah SAW bersabda, *“Janganlah seorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkkan apa yang dijual oleh orang lain” (H.R. Muttafaq ‘alaih)*

6. Bisnis yang dilakukan harus terbebas dari riba dan barang yang dijual merupakan barang yang suci dan halal.

Dalam melakukan bisnis, pelaku bisnis harus melakukan bisnis yang terbebas dari unsur riba dan memperhatikan jenis barang yang dijual, suci, kehalalannya, bukan barang yang haram seperti anjing, babi, minuman keras dan mematuhi segala yang diperintahkan oleh agama Islam.

Dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah (2) ayat 275 disebutkan bahwa, orang-orang yang makan riba, seperti orang yang kemasukan syaitan. Dan padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ  
مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ  
وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ  
إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Artinya: *“Orang-orang yang memakan (mengambil) riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang*

kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (Q.S. Al-Baqarah [2] : 275)

Dalam Al-Qur’an Surah Al-Baqarah (2) ayat 276 juga disebutkan bahwa Allah telah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah.

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ٢٧٦

Artinya: “Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan selalu berbuat dosa.” (Q.S. Al-Baqarah [2] : 276)

Dalam Al-Asqalani (2013:329), Dalam hadits yang diriwayatkan oleh Muttafaq ‘alaih, bahwa:

وَعَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ عَامَ الْفَتْحِ وَهُوَ بِمَكَّةَ «إِنَّ اللَّهَ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخَنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ فَقِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ فَإِنَّهَا تُطْلَى بِهَا السُّفُنُ وَتُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ وَيَسْتَصْبِخُ بِهَا النَّاسُ فَقَالَ: لَا هُوَ حَرَامٌ ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ قَاتَلَ اللَّهُ الْيَهُودَ إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى لَمَّا حَرَّمَ عَلَيْهِمْ شُحُومَهَا جَمَلُوهُ ثُمَّ بَاعُوهُ فَأَكَلُوا ثَمَنَهُ». (مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ)

Artinya: Dari Jabir bin Abdullah ra. bahwa ia mendengar Rasulullah SAW. bersabda pada tahun penaklukan kota Mekkah, “Sesungguhnya Allah melarang transaksi (jual beli) minuman

*keras, bangkai, babi, dan berhala.” Ada orang bertanya kepada beliau, “Wahai Rasulullah, bagaimana pendapat baginda tentang lemak bangkai, sebab ia digunakan oleh kebanyakan orang untuk mengecat perahu, meminyaki kulit, dan menyalakan lampu ?” Beliau bersabda, “Tidak boleh, itu tetap haram.” Kemudian Rasulullah SAW bersabda, “Allah melaknat orang-orang yahudi. Sebab, ketika Allah mengharamkan atas mereka (jual beli) lemak bangkai, mereka justru memprosesnya, menjualnya lalu memakan hasil (penjualn)nya.” (Muttafaq ‘alaih)*

7. Membayar upah para pekerja atau karyawan sebelum keringatnya kering.

Rasulullah SAW memerintahkan memberikan upah sebelum keringat si pekerja kering. Dari ‘Abdullah bin ‘Umar, Nabi Muhammad SAW bersabda,

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَقُهُ

Artinya : *“Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya.”* (H.R. Ibnu Majah)

Dari hadits ini dapat dipahami bahwa pembayaran upah atau gaji kepada karyawan harus diberikan sesuai dengan kerja yang dilakukan dan tidak boleh ditunda-tunda. Karena menunda-nunda pembayaran gaji pekerja bagi para pelaku bisnis yang mampu adalah suatu kezaliman.

8. Melakukan persaingan bisnis yang sehat antara sesama pebisnis.

Menurut Norvadewi (2015), persaingan bebas yang menghalalkan segala cara sangat dilarang dalam Islam karena perbuatan tersebut bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Strategi bersaing atau persaingan dalam pandangan syariah diperbolehkan, asalkan dengan kriteria bersaing secara baik. Salah satunya dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah (2) ayat 148 mengenai anjuran berlomba-lomba dalam berbuat kebaikan.

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ١٤٨

Artinya : *“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”* (Q.S. Al-Baqarah [2] : 148)

Makna yang terkandung dalam Surah Al-Baqarah di atas yaitu menjelaskan bahwa persaingan yang bertujuan untuk kebaikan diperbolehkan, selama persaingan yang dilakukan tidak melanggar dari prinsip-prinsip syariah. Seperti berdagang yang dilakukan oleh Rasulullah SAW, bahwa Rasulullah SAW selama berdagang tidak pernah melakukan sesuatu yang dapat membuat

usaha pesaingnya hancur. Bukan berarti bahwa Rasulullah SAW hanya berdagang seadanya tanpa memperhatikan persaingan yang terjadi. Tetapi strategi yang Rasulullah SAW lakukan untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya yaitu melalui pemberian pelayanan yang sebaik-baiknya serta menyebutkan spesifikasi barang yang diperjualbelikan dengan jujur serta menyebutkan kecacatan suatu barang jika di barang tersebut terdapat kecacatan.

### **2.3.3 Orientasi Bisnis dalam Islam**

Menurut Yusanto dan Kareber (Norvadewi, 2015) bahwa berbisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama yaitu:

(1) Target Hasil : *profit*-materi dan *benefit*-nonmateri

Dalam kegiatan berbisnis, selain tujuannya untuk mencari *profit* (*qiyamah madiyah* atau nilai materi) yang sebesar-besarnya, tetapi dalam berbisnis juga harus dapat memperoleh dan memberikan keuntungan atau manfaat (*benefit*) yang bersifat nonmateri kepada internal organisasi perusahaan seperti rasa saling peduli antara sesama rekan kerja, saling membantu dan lainnya dan eksternal yaitu lingkungan sekitar seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan lain-lain.

(2) Pertumbuhan.

Setelah *profit* materi dan *benefit* nonmateri telah diraih oleh perusahaan, maka perusahaan harus dapat berusaha untuk menjaga perusahaan agar selalu tumbuh, meningkat dan berkembang. Selain itu juga bahwa usaha yang dilakukan ini tidak boleh dilakukan dengan menghalalkan segala cara dan harus sesuai dengan prinsip syariah Islam.

### (3) Keberlangsungan

Pertumbuhan yang telah diraih oleh suatu perusahaan harus dijaga keberlangsungannya, agar perusahaan selalu terdapat dalam kurun waktu yang lama.

### (4) Keberkahan

Dalam melakukan suatu bisnis, maka keberkahan menjadi tujuan utamanya. Tanpa adanya keberkahan yang telah diridhai oleh Allah SWT, maka itu tidak akan berarti apa-apa. Serta keberkahan dalam suatu bisnis ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh para pebisnis muslim telah diridhai oleh Allah SWT.

## **2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian terdahulu yang relevan ini pada dasarnya adalah untuk mendapatkan gambaran tentang sebuah topik yang akan di bahas/diteliti dengan penelitian yang sejenis, yang mungkin pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu ini tersedia dalam berbagai macam bentuk literatur, seperti skripsi, jurnal, laporan penelitian, artikel dan lain sebagainya.

Penelitian mengenai ritel modern dan ritel tradisional di Indonesia sebenarnya telah lebih dahulu diteliti oleh para penulis sebelumnya. Di mulai sejak tahun 2000-an yaitu oleh Daniel Suryadarma dkk (2007), Endi Sarwoko (2008), Ahmad Reza Safitri (2010), Wyati Saddewisasi dkk (2011), Tri Joko Utomo (2011), Sari Wahyu Aramiko (2011), Dian Wijayanti (2013), Hardyani Sasikirana (2014), Reza Haditya Raharjo (2015), dan Syaekhul Fanan (2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Suryadarma dkk (2007) dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh supermarket bermerek asing di Indonesia masuk pada tahun 1998 yang menyebabkan meningkatnya persaingan antar supermarket lokal dan supermarket asing sehingga mendorong kemunculan supermarket di wilayah perkotaan kecil untuk mencari pelanggan baru dan terjadinya perang harga. Persaingan yang terjadi antarsupermarket dalam hal potongan harga barang, dapat membuat konsumen yang kelas menengah ke bawah juga dapat berbelanja di supermarket. Oleh sebab itu, pentingnya dilakukan penelitian untuk melihat dampaknya terhadap pasar tradisional.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Jabodetabek dan Bandung sebagai wilayah perkotaan dengan tingkat kepadatan supermarket tertinggi dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Dalam model kuantitatif, menggunakan metode *difference-in-difference* (DiD) dan model ekonometrik. Untuk

model kualitatif, dilakukan dalam bentuk wawancara mendalam dengan para informan seperti para pemangku kepentingan di sektor usaha ritel, pedagang tradisional, pengelola pasar tradisional, pengelola supermarket, pejabat pemerintah dan lain-lain. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari berbagai indikator kinerja pasar tradisional yang terdiri dari keuntungan, omset dan jumlah pegawai, maka dengan hadirnya supermarket yang jaraknya dekat dengan pasar tradisional hanya berdampak pada berkurangnya jumlah pegawai yang dipekerjakan oleh para pedagang tradisional.

Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Sarwoko (2008) yang berjenis penelitian deskriptif yaitu menggambarkan keberadaan pasar tradisional yang berada di wilayah Kabupaten Malang serta melihat dampak keberadaan pasar modern yaitu Alfamart dan Indomaret terhadap kinerja pedagang pasar tradisional yang dilihat dari aspek omset, keuntungan dan jumlah tenaga kerja. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan para pedagang di pasar tradisional. Sedangkan teknik yang digunakan untuk melakukan analisis secara kuantitatif yaitu dengan Uji Beda Sampel Berpasangan (*Paired Sample Test*) yang bertujuan untuk menguji dampak sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Selain itu juga digunakan metode kualitatif untuk mendeskripsikan karakteristik pasar tradisional dan modern serta evaluasi dampak berdasarkan hasil wawancara mendalam.

Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa terdapat peningkatan omset para pedagang tradisional setelah beroperasinya Alfamart dan Indomaret disekitar pasar tradisional. Penyebab dari peningkatan omset ini karena para pedagang menerapkan strategi harga dan diversifikasi komoditas yang dijual.

Berbeda dengan variabel keuntungan, pada penelitian ini keuntungan yang diperoleh para pedagang tradisional mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Penyebabnya adalah akibat semakin ketatnya persaingan antar sesama pedagang, dengan pedagang kaki lima (PKL), juga dengan grosir yang melayani pembelian eceran. Dari hasil penelitian juga diperoleh bahwa tidak adanya perubahan yang signifikan terhadap jumlah tenaga kerja di pasar tradisional. Para pedagang berpendapat bahwa, keluarnya para pekerja dari pasar tradisional disebabkan karena mereka ingin mencari pekerjaan lain, bukan karena keuntungan usaha yang diperoleh menurun, sehingga harus mengurangi biaya tenaga kerja dengan memberhentikan para tenaga kerja.

Dalam skripsi yang ditulis oleh Safitri (2010), mengkaji terhadap dampak dari timbulnya retail modern pada pedagang pasar tradisional Ciputat di Tangerang Selatan. Menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis SWOT (*Strength/Kekuatan, Weaknesses /Kelemahan, Opportunities/Peluang, dan threats/Ancaman*) dan *difference-in-difference* (DiD) yang biasa digunakan untuk mengetahui dampak. Analisa SWOT disini berguna untuk menganalisa faktor-faktor dalam sebuah organisasi

yang memberikan andil dalam meningkatkan kualitas pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.

Dalam pengumpulan berbagai data, maka dibutuhkan teknik-teknik tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi atau pengamatan yang dilakukan di Pasar Ciputat, wawancara dengan para pemangku kepentingan dalam usaha tersebut dan dengan cara dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan retail modern ini adalah salah satu dampak dari turunnya jumlah pendapatan dan kondisi kesejahteraan para pedagang yang ada di Pasar Ciputat.

Dalam penelitiannya, Saddewisasi dkk (2011) melakukan penelitian di pinggiran Kota Semarang yaitu Kecamatan Gunungpati, Mijen, Tembalang dan Banyumanik. Daerah ini menjadi daerah yang dilirik oleh para peritel modern seperti Indomaret dan Alfamart. Penelitiannya ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik, posisi dan potensi dari usaha ritel tradisional. Selain itu, juga untuk menganalisis apakah ada perbedaan dari usaha ritel tradisional sebelum dan setelah adanya usaha ritel modern. Juga melihat dampak usaha ritel modern terhadap ritel tradisional, apakah berdampak positif ataupun negatif. Dalam penelitian ini, Wyati Saddewisasi menggunakan alat analisis yaitu uji beda yang digunakan untuk menganalisis apakah ada perbedaan usaha ritel tradisional setelah adanya ritel modern.

Variabel yang ingin dilihat dalam penelitian Wyati ini adalah jumlah omset penjualan, perputaran barang dagangan, jumlah jam buka, laba bersih, laba kotor, biaya usaha ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa dari variabel omset penjualan, jumlah jam buka, biaya usaha dan laba kotor rata-rata berdampak dari adanya ritel modern. Sedangkan variabel jumlah jam buka usaha dan laba bersih tidak berdampak dari adanya ritel modern

Variabel omset penjualan, bahwa dengan hadirnya ritel modern membuat omset dari ritel tradisional menjadi menurun. Berbeda dengan variabel jumlah jam buka usaha, menunjukkan bahwa keberadaan ritel modern tidak berdampak pada jumlah jam buka usaha dari ritel tradisional. Dari variabel jumlah jam buka, menunjukkan bahwa ritel modern berdampak pada perputaran barang dagangan, yaitu perputaran yang sangat cepat dibandingkan dengan sebelum adanya ritel modern. Variabel biaya usaha mengalami dampak dari adanya ritel modern, karena ritel modern membuat biaya yang dikeluarkan menurun akibat omset penjualan juga menurun. Laba kotor rata-rata juga berdampak dari adanya ritel modern, sehingga mengalami penurunan setelah adanya ritel modern yang disebabkan karena persaingan usaha yang terjadi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2011) disebutkan bahwa persaingan yang terjadi dalam industri ritel yang paling banyak yang mengandung perhatian yaitu persaingan yang terjadi antara ritel tradisional dan ritel modern, karena

menempatkan satu pihak yaitu ritel tradisional dalam posisi yang lemah. Lokasi keberadaan industri ritel merupakan salah satu titik lemah dari ritel tradisional. Lokasi dari industri ritel modern menyalahi aturan, yang menyebabkan para pelaku UMKM yang ada di pasar tradisional dan tempat-tempat lainnya terpaksa gulung tikar karena harus bersaing dengan industri ritel modern. Di negara-negara maju seperti Eropa dan Amerika Serikat bahwa hipermarket tidak diperbolehkan berada di tengah kota. Namun sebaliknya yang terjadi di Indonesia, baik itu supermarket maupun hipermarket justru banyak di daerah perkotaan.

Solusi bagi ritel tradisional dalam menghadapi tekanan dalam persaingan ritel modern yaitu dengan melakukan strategi bersaing dengan ritel modern melalui penerapan model strategi menang-menang dan saling menguntungkan (saling bersinergi). Contohnya seperti melakukan kolaborasi sesama peritel khusus dalam hal akses pasar dan kolaborasi pemasok dalam kegiatan mensuplai produk-produk yang berkualitas. Dalam peningkatan pelayanan, perbaikan infrastruktur yang mencakup terjaminnya kesehatan, kebersihan dan kenyamanan. Pemerintah juga harus melakukan penertiban terhadap preman dan pungutan liar (pungli), menetapkan jarak antara ritel tradisional dengan ritel modern serta luas dari usaha yang dijalankan oleh ritel modern, dan lain sebagainya.

Penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti (2013), bertujuan untuk mengetahui dampak dari adanya ritel modern berupa

Indomaret terhadap keberlangsungan usaha ritel tradisional yang ada di Kota Pemalang yang dilihat dari jumlah pelanggan, omset penjualan, diversifikasi produk, jam buka toko milik pedagang warung tradisional dan ukuran kedekatan lokasi warung tradisional dengan Indomaret.

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik toko atau warung tradisional. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner dan wawancara. Sedangkan metode analisis data, digunakan metode analisis data kuantitatif dengan statistik sebagai alat analisis dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak kehadiran Indomaret dirasakan oleh sejumlah responden yang mempunyai lokasi usaha berjarak 100 meter dari Indomaret baik dalam hal pelanggan, omset penjualan dan diversifikasi produk yang mengalami penurunan. Sedangkan bagi responden yang mempunyai lokasi usaha berjarak 300-500 meter dari Indomaret ternyata tidak merasakan dampak dari hadirnya Indomaret.

Penelitian yang dilakukan oleh Sasikirana (2014) ini dilakukan pada 3 pasar tradisional di Kota Surakarta yaitu Pasar Nusukan dan Pasar Hardjodaksino sebagai pasar perlakuan (pasar yang jaraknya dekat dengan ritel modern) dan Pasar Jongke sebagai pasar kontrol (pasar yang jaraknya jauh dengan ritel modern). Penelitian ini menggunakan data sekunder diperoleh dari Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta, dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Surakarta dan Badan Pusat Statistik serta

literatur yang terkait. Dan data primer berasal dari wawancara mendalam dengan pedagang pasar tradisional. Metode penelitian yang digunakan adalah *t-test*, *chi-square test*, uji korelasi dan *ordinal logistic regression*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi omzet pedagang pasar tradisional adalah ukuran kios, komoditas utama berupa produk segar dan komoditas utama berupa produk olahan sedangkan jarak tidak mempengaruhi omzet pedagang pasar tradisional di Kota Surakarta.

Skripsi yang ditulis oleh Raharjo (2015) berlokasi penelitian di Kota Semarang, yaitu di Kecamatan Semarang Barat, Banyumanik dan Pedurungan. Daerah ini menjadi lokasi yang dipilih dalam melakukan penelitian karena ketiga kecamatan ini menjadi penyumbang terbesar persebaran minimarket yang cukup besar yang ada di Kota Semarang. Menjamurnya minimarket di Kota Semarang, menimbulkan dampak bagi pengusaha kelontong yang telah berdiri lebih dahulu.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Reza Haditya ini menggunakan variabel tingkat keuntungan, omset, jumlah pembeli dan perubahan jam kerja, untuk melihat apakah ada dampak yang ditimbulkan dari adanya ritel modern. Populasi dalam penelitian adalah para pemilik toko di kawasan Semarang Barat, Pedurungan dan Banyumanik dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu melalui wawancara dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden di 3 kecamatan yang diteliti.

Untuk menganalisis data yang telah diperoleh dalam penelitian, maka digunakanlah metode *Paired Sample T-test* yaitu uji beda rata-rata untuk sampel berpasangan untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan setelah hadirnya ritel modern. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat dampak yang cukup signifikan, yaitu adanya perubahan tingkat omset, keuntungan, jumlah pembeli dan jam buka toko akibat dari munculnya minimarket modern di sekitar tempat berdirinya toko kelontong. Perubahan tersebut berupa penurunan tingkat omset, keuntungan dan jumlah pembeli. Serta para pedagang mengubah jam buka tokonya guna mencapai pendapatan yang maksimal.

Penelitian yang dilakukan oleh Fanan (2017) berlokasi di Desa Mundu Pesisir yang berada di Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah yang menjadi dampak pertumbuhan ritel modern terhadap ritel tradisional Mundu Pesisir dan apa saja dampak yang diakibatkan oleh pertumbuhan ritel modern terhadap masyarakat Mundu Pesisir. Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian yaitu metode kualitatif yang bertujuan untuk menemukan fakta, dilanjutkan dengan menemukan masalah, identifikasi masalah dan pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara kepada masyarakat Desa Mundu Pesisir untuk mendapatkan keterangan. Digunakan pula observasi untuk mendapatkan gambaran dan kegiatan yang ada di Desa Mundu

Pesisir. Juga digunakan teknik dokumentasi dalam bentuk dokumen-dokumen. Teknik analisisnya dengan tahapan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data yang bertujuan untuk memberikan penjelasan secara deskriptif dan menarik kesimpulan dari uraian masalah tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya ritel tradisional di Desa Mundu Pesisir sangat membantu perekonomian para pedagang karena pasar tradisional ini menjadi wadah perekonomian perdagangan. Dampak terhadap sosial ekonominya yaitu adanya disorientasi nilai dan norma, perubahan tingkah laku, budaya konsumtif yang semakin besar, berkembangnya sifat individual, banyaknya pengangguran dan adanya kesenjangan sosial.

Berdasarkan paparan mengenai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya di atas, maka dapat dirangkum kedalam tabel di bawah ini:

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Daniel Surya-darma Dkk (2007)	Laporan Penelitian : Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keuntungan</li> <li>• Omset</li> <li>• Jumlah Pegawai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode <i>Difference-in-difference</i> (DiD)</li> <li>• Model ekonom</li> </ul>	Bahwa dari indikator kinerja pasar yang terdiri dari keuntungan, omset dan jumlah pe-

		Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia		e-trik	gawai, maka dengan hadirnya supermarket yang jaraknya dekat dengan pasar tradisional hanya berdampak pada berkurangnya jumlah
--	--	--	--	--------	---

Tabel 2.2 - Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
					pegawai yang dipekerjakan oleh para pedagang tradisional.
2	Endi Sarwoko (2008)	Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omset</li> <li>• Keuntungan</li> <li>• Jumlah tenaga kerja</li> </ul>	Uji Beda Sampel Berpasangan ( <i>Paired Sampel Test</i> )	Setelah beroperasinya Alfamart dan Indomaret disekitar pasar tradisional maka terdapat peningkatan omset pasar pedagang tradisional. Sedangkan va-

					riabel keuntungan yang diperoleh pedagang tradisional mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Sedangkan tidak adanya perubahan
--	--	--	--	--	---

Tabel 2.2 - Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
					yang signifikan terhadap jumlah tenaga kerja di pasar tradisional.
3	Ahmad Reza Safitri (2010)	Skripsi : Dampak Retail Modern terhadap Kesejahteraan Pedagang Pasar Tradisional Ciputat, Tangge-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah Pendapatan</li> <li>• Kondisi Kesejahteraan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis SWOT</li> <li>• Metode Metode <i>Difference-in-difference</i> (DiD)</li> </ul>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan retail modern adalah salah satu dampak dari turunnya jumlah

		rang Selatan			pendapatan dan kondisi kesejahteraan para pedagang yang ada di Pasar Ciputat.
--	--	-----------------	--	--	---

Tabel 2.2 - Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
4	Wyati Saddewisasi dkk (2011)	Analisis Dampak Usha Ritel Modern terhadap Usaha Ritel Tradisional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah omset penjualan</li> <li>• Perputaran barang dagangan</li> <li>• Jumlah jam buka</li> <li>• Laba bersih</li> <li>• Laba kotor</li> <li>• Biaya usaha ritel</li> </ul>	Analisis Uji Beda	Hasil penelitiannya yaitu: Variabel omset penjualan, jumlah jam buka, biaya usaha dan laba kotor rata-rata berdampak dari adanya ritel modern. Sedangkan variabel jam buka usaha dan laba bersih tidak

			tradisional		berdampak dari adanya ritel modern.
5	Dian Wijayanti (2013)	Kertas Kerja : Dampak Kejadiran Ritel Modern Indomaret terhadap Keberlangsungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah Pelanggan</li> <li>• Omset Penjualan</li> <li>• Diversifikasi Produk</li> <li>• Jam</li> </ul>	Metode analisis data kuantitatif dengan statistik sebagai alat analisis dan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: dampak kehadiran Indomaret dirasakan oleh sejumlah respon-

Tabel 2.2 - Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
		Usaha Ritel Tradisional di Kota Pemalang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buka Toko Milik Pedagang Tradisional</li> <li>• Ukuran Kedekatan Lokasi Warung Tradisional</li> </ul>		den yang berlokasi usaha jarak 100 meter dari Indomaret. Sedangkan omset penjualan dan diversifikasi produk mengalami penurunan. Sedangkan bagi pedagang tradisional yang lokasi usahanya

					berjarak 300 – 500 meter dari Indomaret tidak merasakan dampak dari hadirnya Indomaret.
--	--	--	--	--	---

Tabel 2.2 - Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
6	Hardyani Sasikiran (2014)	Skripsi : Dampak Kehadiran Ritel Modern terhadap Omzet Pedagang Pasar Tradisional di Kota Surakarta Provinsi Jawa Tengah	Faktor-faktor yang mempengaruhi omzet pedagang pasar tradisional adalah ukuran kios, komoditas utama berupa produk segar dan komoditas utama berupa produk olahan serta jarak.	Metode <i>t-test</i> , <i>chi-square test</i> , uji korelasi dan <i>ordinal logistic regression</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi omzet pedagang pasar tradisional adalah ukuran kios, komoditas utama berupa produk segar dan komoditas utama berupa produk olahan

					sedangkan jarak tidak mempengaruhi omset pedagang pasar tradisional di Kota Surakarta.
--	--	--	--	--	--

Tabel 2.2 - Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
7	Reza Haditya Raharjo (2015)	Skripsi : Analisis Pengaruh Keberadaan Mini-market Modern terhadap Keberlangsungan Usaha Toko Kelontong di Sekitarnya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keuntungan</li> <li>• Omset</li> <li>• Jumlah Pembeli</li> <li>• Perubahan Jam Kerja</li> </ul>	Uji Beda Sampel Berpasangan ( <i>Paired Sampel Test</i> )	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 pe-

					nurunan tingkat omset, keuntungan dan jumlah pembeli. Serta pedagang mengubah jam buka tokonya mencapai pendapatan yang maksimal.
--	--	--	--	--	---

Tabel 2.2 - Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
8	Syaekhul Fanan (2017)	Skripsi : Dampak Pertumbuhan Ritel Modern terhadap Ritel Tradisional (Studi Kasus Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat Mundu Pesisir Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon)	-	Metode Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya ritel tradisional di Desa Mundu Pesisir sangat membantu perekonomian pedagang karena pasar tradisional menjadi wadah perekonomian perdagang-

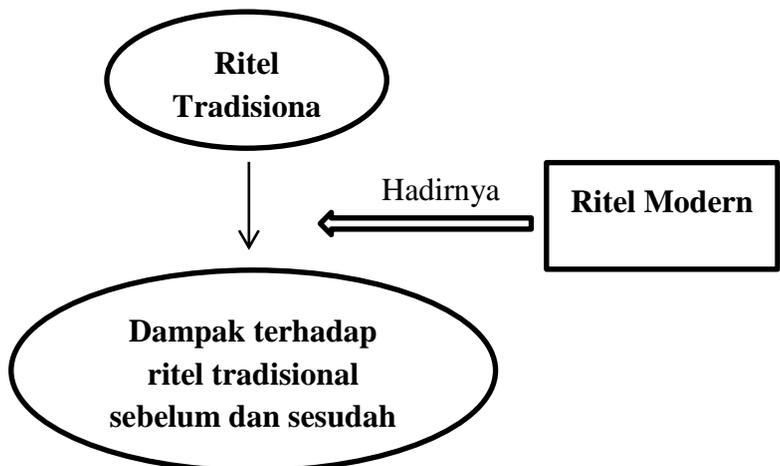
					ngan.
--	--	--	--	--	-------

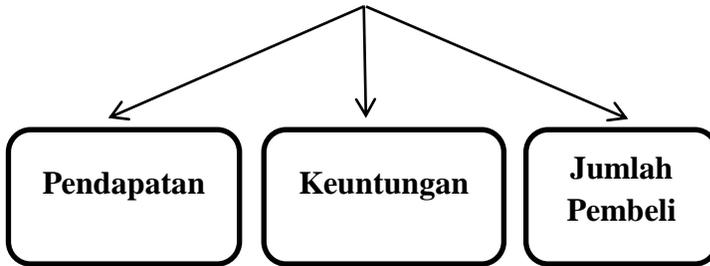
Berdasarkan pembahasan tersebut, penelitian ini berbeda dengan apa yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Adapun yang menjadi letak perbedaannya adalah :

1. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang berbeda dibandingkan dengan penelitian terdahulu lainnya, yaitu penelitian *ex post facto* dengan pendekatan kuantitatif.
2. Penelitian ini nantinya akan mengkaji dari perspektif Islam mengenai bersaing yang sehat yang sesuai dengan Alquran, Hadits, Ijma' ataupun Qiyas dan dampak keberadaan ritel modern terhadap keberlangsungan ritel tradisional.

## 2.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari keberadaan ritel modern terhadap keberlangsungan ritel tradisional dengan melihat apakah terdapat perbedaan dan perubahan dari variabel pendapatan, keuntungan dan jumlah pembeli pada ritel tradisional sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern. Dibawah ini adalah bentuk kerangka pemikirannya:





**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

## **2.6 Hipotesis**

Setelah merumuskan masalah penelitian, maka diperlukan hipotesis dalam penelitian. Hipotesis adalah jawaban yang memiliki sifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Hipotesis juga dapat diartikan sebagai dugaan sementara dari penulis. Maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan keuntungan ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern.
2. Terdapat perbedaan pendapatan ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern.
3. Terdapat perbedaan jumlah pembeli di ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam proposal ini, penulis menggunakan jenis penelitian yaitu penelitian *ex post facto* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. *Ex post facto* yang berarti setelah kejadian. Menurut Gay (Husein Umar, 2005), *ex post facto* merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan cara menentukan akibat lalu menemukan sebab. Penelitian *ex post facto* juga dapat didefinisikan dengan “penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi yang kemudian merunut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut” (Maturidi, 2014:11).

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Kota Lhokseumawe tepatnya di Kecamatan Banda Sakti yang memiliki pasar tradisional yaitu Pasar Inpres. Pemilihan lokasi penelitian di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe disebabkan karena di Kota Lhokseumawe terdapat pasar tradisional besar dan di Kota Lhokseumawe juga memiliki tiga jenis ritel modern yaitu Suzuya, Indomaret dan Alfamart. Sehingga peneliti tertarik ingin melakukan penelitian di Kota Lhokseumawe, untuk melihat apakah dengan kehadiran dari ritel modern yaitu Suzuya, Indomaret dan Alfamart berdampak terhadap

keberlangsungan usaha dari para peritel tradisional yang ada di Pasar Inpres di Kota Lhokseumawe.

### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Abdullah (2014:34), populasi adalah semua nilai hasil perhitungan dan pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif pada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas. Dengan kata lain, populasi merupakan keseluruhan dari unit atau subjek penelitian yang hendak diteliti. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi penelitian yaitu para pedagang tradisional di Pasar Inpres yang menjual barang yang sejenis dengan barang yang dijual di Suzuya, Indomaret dan Alfamart. Barang-barang yang dijual tersebut seperti makanan dan minuman kemasan, perlengkapan kamar mandi, perlengkapan dapur, dan perlengkapan anak-anak seperti popok bayi. Sebanyak 33 pedagang tradisional yang ada di Pasar Inpres tersebut.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu. Sebagai bagian dari populasi, sampel dapat memberikan gambaran yang benar tentang populasi.

Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yaitu:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} \quad (3.1)$$

Dimana,

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d = nilai taraf kepercayaan ( $\alpha$ )

Nilai taraf kepercayaan untuk penelitian sosial yaitu =  
0,05

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel adalah

$$n = \frac{33}{33 \times (0,05)^2 + 1} \quad n = 30 \text{ pedagang}$$

Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian adalah teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah penarikan sampel secara acak sederhana yang digunakan apabila suatu populasi dalam penelitian tersebut bersifat homogen (sejenis) (Gulo, 2002). *Simple random sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel dimana setiap unit penelitian dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk di pilih menjadi sampel. Jadi, dari 33 pedagang tradisional di Kota Lhokseumawe, akan diambil sampel untuk penelitian sebanyak 30 pedagang dengan teknik *simple random sampling*.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang penting dalam melakukan penelitian. Karena pengumpulan data tersebut akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Teknik

pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Menurut Abdullah (2014:214), kuesioner (angket) merupakan “daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain agar bersedia memberikan respons sesuai dengan permintaan penggunaan”. Penyebaran kuesioner (angket) ini bertujuan untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir jika responden memberikan jawaban. Dalam penelitian ini, bentuk kuesioner (angket) yang digunakan adalah angket tertutup (angket berstruktur) yaitu angket yang disajikan oleh peneliti dalam bentuk pilihan jawaban, sehingga responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Untuk melihat adanya perubahan signifikan yang dialami oleh para pedagang tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern, maka digunakanlah teknik analisis uji t. Uji t yang digunakan adalah teknik uji beda dua sampel berpasangan (*paired sample t-test*). Uji ini bertujuan untuk menguji signifikan atau tidaknya perbedaan nilai rata-rata dari sampel berpasangan. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{|\bar{X}_1 - \bar{X}_2|}{\sqrt{\frac{\sum D^2 - \frac{(\sum D)^2}{N}}{N(N-1)}}} \quad (3.2)$$

**Keterangan :**

$\bar{X}_1$  = mean pendapatan/keuntungan/jumlah pembeli sebelum adanya ritel modern

$\bar{X}_2$  = mean pendapatan/keuntungan/jumlah pembeli setelah adanya ritel modern

$D$  = beda antara skor 1 dengan skor 2

$D^2$  = beda di pangkat 2

$\sum D$  = jumlah semua beda

$\sum D^2$  = jumlah semua beda yang telah dipangkatkan

$N$  = jumlah sampel

Kriteria pengujian hipotesis dilihat dari hasil analisis uji t di atas. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti  $H_a$  ditolak atau  $H_o$  diterima. Sebaliknya, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti  $H_o$  ditolak atau  $H_a$  diterima..

**3.6 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah istilah yang digunakan untuk memudahkan pembaca untuk memahami hal-hal yang diperlukan dalam penelitian ini. Dengan adanya penjelasan tentang istilah-istilah tersebut maka diharapkan agar pembaca tidak salah dalam menafsirkan penelitian ini. Sesuai dengan judul yang dikemukakan diatas, maka dapat didefinisikan istilah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### 3.6.1 Keberlangsungan Ritel Tradisional

Keberlangsungan ritel tradisional yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan ritel tradisional untuk bertahan dalam perekonomian setelah adanya ritel modern yang dilihat dari pendapatan, keuntungan dan jumlah pembeli dari sebelum dan sesudah adanya ritel modern. Variabel pendapatan, keuntungan dan jumlah pembeli dapat di definisikan dalam tabel berikut:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Defisini</b>
Pendapatan	Pendapatan perbulan pedagang ritel tradisional dengan satuan Rupiah.
Keuntungan	Keuntungan usaha perbulan yang diperoleh pedagang ritel tradisional dengan satuan Rupiah.
Jumlah Pembeli	Jumlah pembeli perbulan yang berbelanja di ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern dengan satuan orang

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Pelaksanaan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak yang ditimbulkan setelah hadirnya ritel modern yaitu Suzuya, Indomaret dan Alfamart terhadap ritel tradisional yang ada di Kota Lhokseumawe. Penelitian dilakukan tepatnya di Pasar Inpres dengan tujuan untuk melihat sisi keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli di ritel tradisional setelah hadirnya ritel modern tersebut. Penelitian ini awalnya dimulai dengan menyusun daftar pertanyaan dalam bentuk angket (kuesioner). Angket (kuesioner) ini dibagikan kepada para pedagang ritel tradisional dan kemudian dijawab sesuai dengan kenyataan yang terjadi dan dialami oleh para pedagang ritel tradisional. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan selama 8 hari, dimulai pada tanggal 11 Maret s/d 18 Maret 2018. Penelitian dilakukan pada 30 pedagang ritel tradisional yang ada di Pasar Inpres tersebut.

#### **4.2 Hasil Penelitian**

Hasil penelitian dideskripsikan berdasarkan hasil *pre* (sebelum adanya ritel modern) dan *post* (setelah adanya ritel modern) yang didapatkan dari pengumpulan data penelitian. Sehingga pengumpulan data penelitian tersebut dapat menggambarkan dampak dari keberadaan ritel modern terhadap

keberlangsungan ritel tradisional. Hasil *pre* dan *post* dapat dijabarkan sebagai berikut:

#### 4.2.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan responden para pedagang ritel tradisional yang ada di Kota Lhokseumawe, tepatnya di Pasar Inpres. Jumlah pedagang ritel tradisional yang dijadikan responden yaitu sebanyak 30 orang.

##### 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Banyak Responden	Persentase
Laki-laki	28	93%
Perempuan	2	7%
Total	30	100%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh penulis

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 30 orang responden tersebut terdapat 28 orang atau 93 % merupakan pedagang ritel tradisional berjenis kelamin laki-laki dan sisanya yaitu 2 orang atau 7 % merupakan pedagang ritel tradisional berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ritel tradisional ini merupakan usaha yang lebih dominan dilakukan oleh laki-laki daripada perempuan, dan menjadi usaha yang utama atau mata pencaharian utama dalam menghidupi keluarga.

## 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2 Usia Responden**

Usia Responden	Banyak Responden	Persentase (%)
< 20	0	0%
20 - 30	3	10%
31 - 40	11	36,6%
41 - 50	10	33,3%
51 - 60	5	16,6%
>60	1	3,3%
Total	30	99,8%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh penulis

Tabel di atas tampak bahwa usia responden yang berdagang sebagai peritel tradisional di Pasar Inpres bervariasi. Usia paling muda yaitu 20 – 30 tahun sebanyak 3 orang atau 10%. Sedangkan usia paling tua yaitu >60 sebanyak 1 orang atau 3,3%. Untuk usia 41 – 50 tahun juga dimiliki oleh responden yang cukup banyak yaitu sebesar 33,3% atau sebanyak 10 responden. Dari tabel di atas juga menunjukkan bahwa responden yang paling banyak berdagang di Pasar Inpres berusia sekitar 31 – 40 tahun yaitu sebanyak 11 orang atau 36,6%. Sebanyak 29 orang responden ini masih dikategorikan dalam usia produktif (usia kerja). Usia produktif yaitu usia antara 15 tahun sampai 64 tahun. Sedangkan hanya 1 orang saja yang dikatakan sebagai usia non produktif karena telah berusia 68 tahun. Dengan melihat kondisi usia responden tersebut secara keseluruhan, dapat dikatakan bahwa para pedagang ritel tradisional ini masih memiliki semangat kerja yang tinggi dan memiliki semangat dalam mengembangkan usahanya. Adapun

rincian karakteristik responden pedagang ritel tradisional lebih lengkap adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden**

<b>No</b>	<b>Inisial</b>	<b>Usia (Tahun)</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Pengalaman Berdagang</b>
1	AH	52	L	20 Tahun
2	IY	43	L	15 Tahun
3	MZ	31	L	12 Tahun
4	YN	30	P	2 Tahun
5	RW	45	L	15 Tahun
6	RS	40	L	20 Tahun
7	MB	35	L	15 Tahun
8	IW	28	L	11 Tahun
9	MU	53	L	20 Tahun
10	MA	23	L	5 Tahun
11	BU	35	L	12 Tahun
12	MS	58	L	30 Tahun
13	AD	38	L	10 Tahun
14	TM	40	L	15 Tahun
15	TJ	60	L	22 Tahun
16	HM	33	L	12 Tahun
17	AM	35	L	7 Tahun
18	MR	68	L	30 Tahun
19	AZ	32	L	10 Tahun
20	ES	37	L	7 Tahun
21	UM	34	L	6 Tahun
22	RL	48	P	7 Tahun
23	MD	49	L	17 Tahun
24	IC	40	L	8 Tahun
25	DD	48	L	15 Tahun
26	YS	45	L	13 Tahun
27	DN	40	L	15 Tahun
28	BK	43	L	14 Tahun
29	DH	45	L	17 Tahun
30	BT	60	L	25 Tahun

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel di atas juga dapat diketahui bahwa pengalaman berdagang para pedagang ritel tradisional yang ada di Pasar Inpres ini rata-rata sangat berpengalaman. Jika dikategorikan dalam 6 kelompok, maka kelompok pertama pedagang yang memiliki pengalaman berdagang 1-5 tahun berjumlah 2 orang yaitu YN dan MA. Artinya bahwa mereka mulai berdagang sekitar tahun 2012 dan dapat dikatakan masih baru dalam berdagang. Kelompok kedua, yaitu pedagang yang pengalamannya sudah 6-10 tahun berjumlah 7 orang yaitu AD, AM, AZ, ES, UM, RL dan IC. Artinya bahwa mereka mulai berdagang sekitar tahun 2007. Kelompok ketiga, merupakan pedagang yang pengalamannya sudah 11-15 tahun, artinya bahwa mereka sudah mulai berdagang pada tahun 2002 dan berjumlah 12 orang yaitu IY, MZ, RW, MB, IW, BU, TM, HM, DD, YS, DN dan BK. Kelompok empat yaitu pedagang yang pengalamannya sudah 16-20 tahun berjumlah 5 orang yaitu AH, RS, MU, MD dan DH yang mulai berdagang pada tahun 1997. Kelompok kelima yaitu kelompok yang mulai masuk kepada kelompok yang memiliki pengalaman yang cukup lama dalam berdagang, yaitu 21-25 tahun oleh TJ dan BT yang mulai berdagang tahun 1995. Sedangkan untuk kelompok terakhir yaitu pengalamannya sudah 26-30 tahun yaitu oleh MS dan MR yang berdagang mulai tahun 1988.

#### 4.2.2 Aktivitas Usaha Resonden

Usaha ritel tradisional biasanya menjual berbagai jenis kebutuhan sehari-hari. Jenis produk yang biasa dijual oleh para pedagang ritel tradisional terdiri dari 27 jenis, yaitu :

1. deterjen,
2. pasta gigi dewasa dan anak,
3. sabun mandi padat dan cair,
4. sabun cuci piring
5. sabun cuci tangan cair (*handsoap*),
6. *shampoo*,
7. pembersih lantai,
8. pelembut dan pewangi pakaian,
9. pelicin pakaian,
10. minyak goreng,
11. mie instan,
12. margarin,
13. teh bubuk,
14. kopi bubuk,
15. susu kental manis,
16. kecap dan saus.
17. gula,
18. beras,
19. berbagai macam minuman,
20. jajanan anak berupa biskuit dan *snack* kering,
21. bumbu racik seperti bumbu nasi goreng, tepung racik dan lain-lain,
22. pembalut wanita
23. *pantyliner*,
24. keperluan bayi seperti popok,
25. kantong palstik,
26. obat nyamuk, dan
27. rokok.

Para pedagang ritel tradisional yang ada di Pasar Inpres ini hampir menjual semua jenis-jenis produk yang biasanya dijual di jenis ritel modern tersebut. Produk-produk yang diperjualbelikan ini biasanya dibeli oleh para konsumen yang berada di sekitar ritel maupun yang berada jauh dari ritel tradisional. Berikut ini merupakan tabel mengenai jumlah produk yang tersedia, produk yang terjual di ritel tradisional serta para konsumen yang berbelanja di ritel tradisional:

**Tabel 4.4 Jumlah Produk yang Tersedia,  
Jumlah Produk yang Terjual dan Pembeli di Ritel Tradisional**

No	Inisial	Jumlah Produk yang Tersedia (27)	Jumlah Produk yang Terjual	Pembeli (Dekat/Jauh)
1	AH	22	14	Dekat
2	IY	20	11	Dekat
3	MZ	17	3	Dekat & Jauh
4	YN	20	4	Dekat & Jauh
5	RW	18	4	Dekat & Jauh
6	RS	20	6	Dekat & Jauh
7	MB	22	13	Jauh
8	IW	26	21	Dekat
9	MU	26	25	Dekat & Jauh
10	MA	21	17	Dekat & Jauh
11	BU	19	9	Dekat
12	MS	24	13	Dekat & Jauh
13	AD	19	10	Dekat & Jauh
14	TM	24	10	Dekat & Jauh
15	TJ	11	10	Jauh
16	HM	18	7	Dekat & Jauh
17	AM	22	6	Dekat
18	MR	26	26	Dekat & Jauh
19	AZ	23	20	Dekat & Jauh
20	ES	23	17	Dekat & Jauh
21	UM	20	18	Dekat & Jauh

**Tabel 4.4 (Sambungan)**

<b>No</b>	<b>Inisial</b>	<b>Jumlah Produk yang Tersedia (27)</b>	<b>Jumlah Produk yang Terlaku</b>	<b>Pembeli (Dekat/Jauh)</b>
22	RL	21	5	Dekat & Jauh
23	MD	20	14	Dekat & Jauh
24	IC	25	17	Dekat & Jauh
25	DD	22	19	Dekat & Jauh
26	YS	23	18	Dekat & Jauh
27	DN	25	21	Dekat & Jauh
28	BK	20	17	Dekat & Jauh
29	DH	21	19	Dekat & Jauh
30	BT	20	18	Dekat & Jauh

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh penulis

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa keseluruhan produk yang diperjualbelikan di ritel tradisional sebanyak 27 produk. Dari 27 produk, penulis tidak menemukan satu ritel tradisional pun yang menjual produk secara keseluruhan. Seperti pedagang ritel tradisional; AH hanya menyediakan 22 dari 27 jenis produk di tokonya atau sekitar 81 % jenis produk dan hanya 14 jenis produk saja yang menjadi produk terlaku di tokonya atau sekitar 63,6 %. Untuk para pembeli yang berbelanja di tokonya tersebut berasal dari sekitar toko (dekat). Selain itu, ada juga pedagang ritel tradisional yaitu MR yang menjual produk sebanyak 26 jenis dan semuanya menjadi produk yang paling laku. Sehingga menyebabkan tidak ada produk yang sia-sia dalam tokonya. Selain itu, untuk pembeli yang membeli di tokonya tersebut berasal dari sekitar toko (dekat) dan juga jauh dari toko.

Dari tabel diatas juga dapat diketahui bahwa ada tiga ritel tradisional yang jika dibandingkan antara jumlah produk yang tersedia dengan jumlah produk yang ter laku di tokonya paling banyak yang tidak laku yaitu sebesar 16 produk. Ritel tradisional tersebut dimiliki oleh YN, AM dan RL. Misalnya YN, di tokonya tersebut jumlah produk yang tersedia sebanyak 20 produk, sedangkan jumlah produk yang ter laku hanya 4 produk. Jika dipersenkan, maka produk yang ter laku di tokonya itu hanya sekitar 20% saja. Akan tetapi, untuk pembeli yang berbelanja di tokonya tersebut bukan hanya dari sekitar tokonya saja, tetapi juga pembeli yang bertempat tinggal jauh dari toko. Jika dilihat secara keseluruhan, maka yang berbelanja di ritel tradisional ini banyak berasal dari dua tempat, yaitu berasal dari sekitar toko dan juga jauh dari toko. Hanya sebagian saja yang para pembelinya yang berasal di sekitar toko atau jauh dari toko.

#### **4.2.3 Gambaran Sebelum dan Sesudah Hadirnya Ritel Modern**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai tingkat keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli sebelum dan sesudah adanya ritel modern, maka diketahui bahwa tingkat keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli di ritel tradisional rata-rata mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut harus diuji secara statistik (pengujian hipotesis), apakah meningkat secara signifikan atau tidak. Sebab, signifikan bukanlah berarti

peningkatan yang dialami itu besar angkanya. Adapun hasil yang didapatkan oleh penulis setelah membagikan angket (kuesioner) kepada pedagang ritel tradisional yang menjadi sampel penelitian (n = 30) ditunjukkan dalam poin di bawah ini.

#### **4.2.3.1 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya (2006)**

Setelah penulis melakukan penelitian selama 8 hari di ritel tradisional yang berada Pasar Inpres, Kota Lhokseumawe, maka di dapatkan hasil bahwa dari 30 orang responden yang menjadi sampel penelitian, maka hanya 20 orang responden yang telah berdagang ritel tradisional sebelum hadirnya Suzuya di Kota Lhokseumawe, sehingga dapat diketahui tingkat keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya. Hasil penelitian dapat dipaparkan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 4.5 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional (Perbulan) Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya (2006)**

No	Inisial	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1	AH	4.000.000,-	4.180.000,-	6.000.000,-	6.300.000,-	1000	1100
2	IY	2.500.000,-	2.650.000,-	5.000.000,-	5.300.000,-	500	530
3	MZ	1.500.000,-	1.000.000,-	2.100.000,-	1.700.000,-	200	150
4	RW	4.000.000,-	4.240.000,-	6.500.000,-	6.800.000,-	600	620
5	RS	2.500.000,-	2.650.000,-	3.600.000,-	3.820.000,-	550	570
6	MB	4.000.000,-	4.240.000,-	7.000.000,-	7.150.000,-	500	520
7	MU	4.250.000,-	4.400.000,-	6.200.000,-	6.350.000,-	950	970
8	BU	3.300.000,-	3.450.000,-	5.100.000,-	5.200.000,-	450	460
9	MS	4.100.000,-	4.200.000,-	6.300.000,-	6.400.000,-	700	710

**Tabel 4.5 (Sambungan)**

No	Inisial	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
10	TM	2.300.000,-	2.500.000,-	4.200.000,-	4.300.000,-	400	415
11	TJ	3.150.000,-	3.300.000,-	5.250.000,-	5.400.000,-	600	620
12	HM	3.800.000,-	3.300.000,-	5.500.000,-	4.900.000,-	600	550
13	MR	5.000.000,-	5.200.000,-	8.400.000,-	8.500.000,-	1000	1100
14	MD	3.000.000,-	3.240.000,-	5.100.000,-	5.300.000,-	470	480
15	DD	3.500.000,-	3.650.000,-	5.450.000,-	5.300.000,-	530	510
16	YS	2.500.000,-	2.650.000,-	4.450.000,-	4.600.000,-	430	450
17	DN	3.300.000,-	3.450.000,-	5.200.000,-	5.350.000,-	540	560
18	BK	2.300.000,-	2.500.000,-	5.000.000,-	5.120.000,-	440	445
19	DH	3.250.000,-	3.400.000,-	5.300.000,-	5.500.000,-	530	550
20	BT	3.400.000,-	3.700.000,-	5.500.000,-	5.705.000,-	520	535
<b>Rata-Rata</b>		<b>3.282.500,-</b>	<b>3.380.000,-</b>	<b>5.357.500,-</b>	<b>5.449.750,-</b>	<b>576</b>	<b>592</b>

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh penulis

Tabel di atas secara keseluruhan menggambarkan terjadinya peningkatan keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli ritel tradisional perbulannya, antara sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya pada tahun 2006. Sebelum hadirnya Suzuya di Kota Lhokseumawe, masing-masing ritel tradisional memiliki keuntungan paling kecil sebesar Rp1.500.000,- perbulannya. Sedangkan keuntungan sebelum hadirnya Suzuya paling besar yaitu Rp5.000.000,- dengan rata-rata keuntungan sebesar Rp3.282.500,-. Dapat dilihat berdasarkan tabel di atas, maka masing-masing ritel tradisional terjadi peningkatan keuntungan sesudah hadirnya Suzuya di Kota Lhokseumawe. Keuntungan yang paling besar sesudah hadirnya Suzuya sebesar Rp5.200.000,- yaitu ritel tradisional milik MR. Secara rata-rata, keuntungan ritel

tradisional sesudah hadirnya Suzuya sebesar Rp3.380.000,- atau meningkat sebesar Rp97.500,- perbulannya.

Berbeda dengan ritel tradisional milik MZ, dimana terjadi penurunan keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya. Keuntungan yang dimiliki oleh MZ sebelum hadirnya Suzuya yaitu Rp1.500.000,- dan sesudah adanya Suzuya menjadi Rp1.000.000,- perbulannya yaitu menurun sebesar Rp500.000,-. Penurunan ini otomatis juga terjadi pada pendapatan serta jumlah pembeli yang berbelanja di ritel tradisional nya tersebut. Pendapatan yang dicapai oleh MZ awalnya sebesar Rp2.100.000,- dan sesudah hadirnya Suzuya menjadi Rp1.700.000,-. Begitu juga dengan jumlah pembeli yang berbelanja di ritelnya tersebut, dari 200 orang perbulannya, mejadi 150 orang. Penurunan tingkat keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli ini mungkin disebabkan oleh tidak banyaknya produk yang laku di ritel tradisionalnya tersebut. Dari jumlah produk yang tersedia di ritel tradisionalnya yaitu 17 produk, hanya 3 produk saja yang menjadi produk ter laku.

Dari segi pendapatan pedagang ritel tradisional secara keseluruhan mengalami peningkatan. Dimana rata-rata pendapatan sebelum hadirnya Suzuya sebesar Rp5.357.500,- menjadi Rp5.449.750,- atau meningkat sebesar Rp92.250,-. Untuk jumlah pembeli juga mengalami peningkatan dengan rata-rata sebelum hadirnya Suzuya sebanyak 576 orang dan seseudah hadirnya Suzuya menjadi 592 orang. Pada saat Suzuya ini hadir di Kota Lhokseumawe, ternyata ada ritel tradisional yang belum berdiri di

Pasar Inpres, sehingga tidak berdampak apapun bagi mereka. Ritel tradisional ini adalah milik YN, IW, MA, ID, AM, AZ, ES, UM, RL dan IC yang rata-rata mereka mulai berdagang pada tahun 2010.

#### **4.2.3.2 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret (2015)**

Dari data yang penulis dapatkan di lapangan mengenai keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret, maka terdapat satu ritel tradisional di Pasar Inpres yaitu milik YN yang belum berdiri di tahun 2015. Sehingga hanya 29 ritel tradisional yang dapat diketahui bagaimana keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret yang dipaparkan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 4.6 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional (Perbulan) Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret (2015)**

No	Inisial	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1	AH	4.850.000,-	5.100.000,-	6.800.000,-	7.000.000,-	1300	1400
2	IY	3.300.000,-	3.500.000,-	6.500.000,-	6.900.000,-	650	690
3	MZ	1.100.000,-	700.000,-	1.800.000,-	1.200.000,-	160	130
4	RW	4.500.000,-	4.650.000,-	7.000.000,-	7.100.000,-	670	700
5	RS	5.000.000,-	4.000.000,-	6.300.000,-	5.100.000,-	800	650
6	MB	4.500.000,-	4.700.000,-	7.300.000,-	7.500.000,-	600	630
7	IW	6.000.000,-	6.100.000,-	8.200.000,-	8.300.000,-	700	720
8	MU	5.000.000,-	5.100.000,-	6.600.000,-	6.700.000,-	1000	1050
9	MA	2.000.000,-	2.150.000,-	3.100.000,-	3.150.000,-	300	320
10	BU	3.600.000,-	3.700.000,-	5.400.000,-	5.500.000,-	500	510
11	MS	4.700.000,-	4.750.000,-	6.800.000,-	6.900.000,-	760	770
12	AD	3.000.000,-	3.100.000,-	4.100.000,-	4.150.000,-	450	470

**Tabel 4.6 (Sambungan)**

No	Inisial	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
13	TM	3.000.000,-	3.150.000,-	4.900.000,-	5.000.000,-	460	480
14	TJ	4.200.000,-	4.400.000,-	6.300.000,-	6.500.000,-	700	720
15	HM	2.800.000,-	2.400.000,-	4.200.000,-	3.800.000,-	500	450
16	AM	4.000.000,-	4.080.000,-	6.000.000,-	6.150.000,-	650	680
17	MR	6.600.000,-	6.800.000,-	9.900.000,-	10.000.000	1300	1350
18	AZ	4.800.000,-	5.000.000,-	8.000.000,-	8.100.000,-	600	620
19	ES	5.000.000,-	5.200.000,-	7.000.000,-	7.100.000,-	600	630
20	UM	3.300.000,-	2.900.000,-	5.000.000,-	4.500.000,-	650	600
21	RL	4.600.000,-	4.650.000,-	7.350.000,-	7.500.000,-	750	760
22	MD	4.500.000,-	4.600.000,-	7.200.000,-	7.500.000,-	740	750
23	IC	4.900.000,-	4.500.000,-	6.850.000,-	6.300.000,-	610	550
24	DD	3.900.000,-	4.200.000,-	5.700.000,-	5.850.000,-	630	670
25	YS	3.300.000,-	3.550.000,-	4.900.000,-	5.100.000,-	530	570
26	DN	5.100.000,-	5.400.000,-	7.500.000,-	7.650.000,-	680	700
27	BK	3.100.000,-	3.450.000,-	5.500.000,-	5.700.000,-	530	570
28	DH	3.900.000,-	4.200.000,-	6.000.000,-	6.200.000,-	610	650
29	BT	4.200.000,-	4.500.000,-	6.150.000,-	6.400.000,-	600	640
<b>Rata-Rata</b>		<b>4.094.828,-</b>	<b>4.156.207,-</b>	<b>6.150.000,-</b>	<b>6.167.241,-</b>	<b>656</b>	<b>670</b>

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh penulis

Tabel di atas menunjukkan bahwa adanya penurunan juga peningkatan keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret jika dilihat berdasarkan masing-masing ritel tradisional. Penurunan keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli tersebut terjadi pada lima ritel tradisional yaitu milik MZ, RS, HM, UM dan IC. Misalnya pada ritel tradisional milik US; keuntungan sebelum hadirnya Indomaret yaitu Rp3.300.000,- perbulannya menjadi Rp2.900.000,- sesudah hadirnya Indomaret. Begitu juga dengan pendapatannya, sebelum hadirnya Indomaret sebesar Rp5.000.000,- menjadi Rp4.500.000,-.

Jumlah pembeli sebelum hadirnya Indomaret sebanyak 650 orang menjadi 600 orang sesudah hadirnya Indomaret.

Peningkatan keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli terjadi pada dua puluh empat ritel tradisional. Ritel tradisional ini dimiliki oleh AH, IY, RW, MB, IW, MA, BU, AD, TM, TJ, AM, MR, AZ, ES, RL, MD, DD, YS, DN, BK, DH dan BT. Sebelum hadirnya Indomaret ini, rata-rata keuntungannya sebesar Rp4.094.828,- sedangkan sesudah hadirnya Indomaret menjadi Rp4.156.207,- atau meningkat sebesar Rp61.379,-. Begitu juga dengan pendapatan, terjadi kenaikan pada masing-masing ritel tradisional. Kenaikan yang terjadi bisa sekitar Rp100.000,- sampai Rp200.000,- perbulannya. Begitu juga dengan rata-rata pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret, yang mengalami peningkatan yaitu dari Rp6.150.000,- menjadi Rp6.167.241,- atau meningkat sebesar Rp17.241,-. Untuk jumlah pembeli terjadi peningkatan rata-rata yaitu dari 656 orang sebelum hadirnya Indomaret, menjadi 670 orang sesudah hadirnya Indomaret. Tandanya bahwa, meskipun adanya Indomaret yang secara fisik terlihat bahwa memiliki tempat yang nyaman, dingin dan bersih, para pembeli masih tetap bertahan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari di ritel tradisional.

#### 4.2.3.3 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart (2017)

Alfamart hadir di Kota Lhokseumawe pada tahun 2017. Dengan hadirnya Alfamart di tengah-tengah masyarakat Kota Lhokseumawe, bahwa telah menambah jenis ritel modern di Kota Lhokseumawe menjadi tiga. Setelah penulis melakukan penelitian di ritel tradisional yang ada di Pasar Inpres, maka di dapatkan data keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional (Perbulan) Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart (2017)**

No	Inisial	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1	AH	5.100.000,-	5.330.000,-	7.000.000,-	7.200.000,-	1400	1500
2	IY	3.500.000,-	3.700.000,-	6.900.000,-	7.200.000,-	690	740
3	MZ	700.000,-	500.000,-	1.200.000,-	1.000.000,-	130	100
4	YN	1.700.000,-	1.800.000,-	2.100.000,-	2.300.000,-	400	425
5	RW	4.650.000,-	4.800.000,-	7.100.000,-	7.300.000,-	700	730
6	RS	4.000.000,-	3.300.000,-	5.100.000,-	4.400.000,-	650	500
7	MB	4.700.000,-	4.850.000,-	7.500.000,-	7.700.000,-	630	650
8	IW	6.100.000,-	6.150.000,-	8.300.000,-	8.400.000,-	710	730
9	MU	5.100.000,-	5.250.000,-	6.700.000,-	6.800.000,-	1050	1100
10	MA	2.150.000,-	2.300.000,-	3.150.000,-	3.300.000,-	320	350
11	BU	3.700.000,-	3.750.000,-	5.500.000,-	5.650.000,-	510	520
12	MS	4.750.000,-	4.900.000,-	6.900.000,-	6.700.000,-	770	780
13	AD	3.100.000,-	3.250.000,-	4.150.000,-	4.300.000,-	550	580
14	TM	3.150.000,-	3.350.000,-	5.000.000,-	5.100.000,-	480	500
15	TJ	4.400.000,-	4.550.000,-	6.500.000,-	6.600.000,-	720	750
16	HM	2.400.000,-	2.500.000,-	3.800.000,-	3.850.000,-	450	470
17	AM	4.080.000,-	4.200.000,-	6.150.000,-	6.300.000,-	680	700
18	MR	6.800.000,-	7.000.000,-	10.000.000	10.200.000	1350	1450
19	AZ	5.000.000,-	5.200.000,-	8.100.000,-	8.250.000,-	620	650
20	ES	5.200.000,-	5.350.000,-	7.100.000,-	7.300.000,-	630	650
21	UM	2.900.000,-	2.500.000,-	4.500.000,-	4.000.000,-	600	550
22	RL	4.650.000,-	4.800.000,-	7.500.000,-	7.700.000,-	760	790

**Tabel 4.7 (Sambungan)**

No	Inisial	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
23	MD	4.600.000,-	4.650.000,-	7.500.000,-	7.550.000,-	750	755
24	IC	4.500.000,-	4.600.000,-	6.300.000,-	6.400.000,-	550	560
25	DD	4.200.000,-	4.240.000,-	5.850.000,-	5.950.000,-	670	675
26	YS	3.550.000,-	3.600.000,-	5.100.000,-	5.150.000,-	570	580
27	DN	5.400.000,-	5.480.000,-	7.650.000,-	7.720.000,-	700	710
28	BK	3.450.000,-	3.500.000,-	5.700.000,-	5.770.000,-	570	575
29	DH	4.200.000,-	4.270.000,-	6.200.000,-	6.310.000,-	650	655
30	BT	4.500.000,-	4.600.000,-	6.400.000,-	6.500.000,-	640	650
<b>Rata-Rata</b>		<b>4.074.333,-</b>	<b>4.142.333,-</b>	<b>6.031.667,-</b>	<b>6.106.667,-</b>	<b>663</b>	<b>679</b>

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh penulis

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan keuntungan rata-rata ritel tradisional sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart di Kota Lhokseumawe. Keuntungan rata-rata sebelum hadirnya Alfamart yaitu sebesar Rp4.074.333,-, meningkat sebesar Rp68.000,- yaitu menjadi Rp4.142.333,- sesudah hadirnya Alfamart. Begitu juga dengan pendapatan dan jumlah pembeli di ritel tradisional yang mengalami peningkatan. Sebelum hadirnya Alfamart, pendapatan rata-rata sebesar Rp6.031.667,- sedangkan sesudah hadirnya Alfamart menjadi Rp6.106.667,- atau meningkat sebesar Rp75.000,-. Variabel jumlah pembeli juga meningkat dari 663 orang menjadi 679 orang rata-rata perbulannya.

Secara keseluruhan dari data yang penulis dapatkan melalui penelitian, maka dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli di ritel tradisional sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya, Indomaret dan Alfamart sebagai ritel modern di Kota Lhokseumawe. Secara deskriptif

diketahui bahwa terdapat peningkatan keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli pada ritel tradisional

#### **4.2.4 Uji Prasyarat Analisis *Paired Sample T-test***

Untuk menguji hipotesis, digunakan analisis statistik *Paired Sample T-test*. Analisis ini dapat dilakukan apabila data telah memnuhi syarat tertentu yaitu sebaran data yang normal, varian homogen dan linear. Berikut ini dipaparkan masing-masing prasyarat untuk pengujian hipotesis.

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini dapat dilakukan dengan perhitungan melalui SPSS. Pengujian hipotesis dilakukan pada semua variabel yang diteliti yaitu pada variabel keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern yaitu Suzuya, Indomaret dan Alfamart yang dapat ditampilkan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Keuntungan_ Sebelum_Hadirnya _Suzuya	Keuntungan_ Sesudah_Hadirnya _Suzuya
N		20	20
Normal	Mean	3282500.00	3380000.00
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	842033.097	920589.056
Most	Absolute	.124	.140
Extreme	Positive	.124	.120
Differences	Negative	-.103	-.140
Kolmogorov-Smirnov Z		.553	.624
Asymp. Sig. (2-tailed)		.920	.831

Sumber: Hasil olahan SPSS

Tabel Output SPSS untuk pengujian normalitas di atas menunjukkan nilai signifikansi untuk keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya sebesar 0,920 dan 0,831. Karena signifikansi untuk variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya berdistribusi normal. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Santoso (2010:26) “Jika P lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang dimiliki tidak berbeda secara signifikan dengan data virtual yang normal atau dengan kata lain data tersebut berdistribusi normal”.

Selanjutnya dilakukan uji normalitas pada variabel pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya, yang memberikan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian  
Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Pendapatan_ Sebelum_Hadirnya _Suzuya	Pendapatan_ Sesudah_Hadirnya _Suzuya
N		20	20
Normal	Mean	5357500.00	5449750.00
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1289866.884	1373352.099
Most	Absolute	.191	.155
Extreme	Positive	.156	.135
Differences	Negative	-.191	-.155
Kolmogorov-Smirnov Z		.853	.694
Asymp. Sig. (2-tailed)		.460	.722

Sumber: Hasil olahan SPSS

Berdasarkan hasil olahan SPSS di atas, dapat didapati bahwa nilai signifikansi untuk keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya yaitu sebesar 0,460 dan 0,722. Ini berarti bahwa data keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya berdistribusi normal, sebab nilai signifikansinya lebih besar daripada 0,05.

Selanjutnya dilakukan uji normalitas pada variabel jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya dan didapati hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		JumlahPembeli_ Sebelum_ Hadirnya_ Suzuya	JumlahPembeli_ Sesudah_ Hadirnya_ Suzuya
N		20	20
Normal	Mean	575.50	592.25
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	202.185	229.068
Most	Absolute	.252	.252
Extreme	Positive	.252	.252
Differences	Negative	-.143	-.170
Kolmogorov-Smirnov Z		1.126	1.126
Asymp. Sig. (2-tailed)		.158	.158

Sumber: Hasil olahan SPSS

Tabel Output SPSS di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk jumlah pembeli sebelum hadirnya Suzuya yaitu sebesar 0,158 dan sesudah hadirnya Suzuya yaitu sebesar 0,158. Karena signifikansi untuk variabel jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya lebih besar dari 0,05, maka artinya bahwa data pada variabel jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya berdistribusi normal.

Selanjutnya di bawah ini akan dipaparkan hasil uji normalitas terhadap keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret.

**Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Keuntungan_ Sebelum_Hadirnya_Indomaret	Keuntungan_ Sesudah_Hadirnya_Indomaret
N		29	29
Normal	Mean	4094827.59	4156206.90
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1147539.668	1222209.398
Most	Absolute	.122	.104
Extreme	Positive	.122	.093
Differences	Negative	-.121	-.104
Kolmogorov-Smirnov Z		.655	.562
Asymp. Sig. (2-tailed)		.785	.910

Sumber: Hasil olahan SPSS

Tabel hasil olahan SPSS di atas menunjukkan bahwa variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret berdistribusi normal. Disebabkan karena nilai signifikansi yang didapatkan melalui olahan SPSS yaitu sebesar 0,785 dan 0,910 lebih besar daripada 0,05 yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Di bawah ini merupakan tabel hasil uji normalitas untuk pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret.

**Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian  
Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Pendapatan_ Sebelum_Hadirnya_ Indomaret	Pendapatan_Sesudah _Hadirnya_ Indomaret
N		29	29
Normal	Mean	6150000.00	6167241.38
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1608404.267	1743471.284
Most	Absolute	.118	.117
Extreme	Positive	.097	.094
Differences	Negative	-.118	-.117
Kolmogorov-Smirnov Z		.636	.629
Asymp. Sig. (2-tailed)		.814	.824

Sumber: Hasil olahan SPSS

Tabel output SPSS di atas menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret yaitu sebesar 0,814 dan 0,824. Karena signifikansi untuk variabel pendapatan tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret berdistribusi normal.

Selanjutnya untuk variabel jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret dilakukan uji normalitas dan didapati hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian  
Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		JumlahPembeli_ Sebelum_Hadirnya_ Indomaret	JumlahPembeli_ Sesudah_Hadirnya_ Indomaret
N		29	29
Normal	Mean	656.21	670.00
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	235.393	252.304
Most	Absolute	.192	.242
Extreme	Positive	.192	.242
Differences	Negative	-.130	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		1.032	1.306
Asymp. Sig. (2-tailed)		.237	.066

Sumber: Hasil olahan SPSS

Berdasarkan hasil olahan SPSS untuk variabel jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret, didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret lebih besar dari 0,05 yaitu 0,237 dan 0,066. Artinya bahwa data pada variabel pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret berdistribusi normal.

**Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian  
Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Keuntungan_ Sebelum_Hadirnya_ Alfamart	Keuntungan_ Sesudah_Hadirnya_ Alfamart
N		30	30
Normal	Mean	4074333.33	4142333.33
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1281945.406	1348620.453
Most	Absolute	.110	.119
Extreme	Positive	.090	.094
Differences	Negative	-.110	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		.604	.651
Asymp. Sig. (2-tailed)		.859	.791

Sumber: Hasil olahan SPSS

Tabel Output SPSS di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart yaitu sebesar 0,859 dan 0,791 dan nilai ini lebih besar dari 0,05. Artinya bahwa data variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart berdistribusi normal.

Berikut adalah data hasil perhitungan uji normalitas pada variabel pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart:

**Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian  
Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Pendapatan_ Sebelum_Hadirnya_ Alfamart	Pendapatan_ Sesudah_Hadirnya_ Alfamart
N		30	30
Normal	Mean	6031666.67	6106666.67
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1867161.008	1946535.974
Most	Absolute	.125	.140
Extreme	Positive	.093	.104
Differences	Negative	-.125	-.140
Kolmogorov-Smirnov Z		.686	.764
Asymp. Sig. (2-tailed)		.734	.603

Sumber: Hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel output SPSS di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart di Kota Lhokseumawe yaitu sebesar 0,734 dan 0,603. Karena nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart berdistribusi normal.

Selanjutnya dilakukan uji normalitas untuk mengetahui data untuk variabel jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart telah berdistribusi normal atau tidak. Di bawah ini merupakan tabel hasil perhitungan uji normalitas data pada penelitian jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart.

**Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian  
Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		JumlahPembeli_ Sebelum_Hadirnya_ Alfamart	JumlahPembeli_ Sesudah_Hadirnya_ Alfamart
N		30	30
Normal	Mean	663.33	679.17
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	251.030	275.155
Most	Absolute	.235	.244
Extreme	Positive	.235	.244
Differences	Negative	-.126	-.124
Kolmogorov-Smirnov Z		1.290	1.334
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072	.057

Sumber: Hasil olahan SPSS

Tabel hasil olahan SPSS di atas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi jumlah pembeli sebelum dan setelah hadirnya Alfamart yaitu sebesar 0,072 dan 0,057 lebih besar dari 0,05. Sehingga data pada variabel ini dinyatakan berdistribusi normal.

## 2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah dua varian populasi sama atau tidak. Uji homogenitas dilakukan dengan bantuan SPSS pada variabel keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern yaitu Suzuya, Indomaret dan Alfamart. Hasil pengujian homogenitas pada

variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya dapat ditampilkan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.17 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data  
Penelitian Keuntungan Sebelum dan Sesudah  
Hadirnya Suzuya**

Sebelum-Sesudah	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	9506250000.000	1	9506250000.000	.122	.729
Within Groups	2957357500000.000	38	778251973684.211		
Total	2966863750000.000	39			

Sumber: Hasil olahan SPSS

Tabel homogenitas di atas menunjukkan nilai signifikansi untuk keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya sebesar 0,729. Karena signifikansi untuk variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya  $0,729 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data ada variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya tersebut memiliki varian yang sama (homogen).

Dibawah ini adalah hasil pengujian homogenitas data pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya.

**Tabel 4.18 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data  
Penelitian Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya**

Sebelum-Sesudah	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	85100625000.000	1	85100625000.000	.048	.828
Within Groups	67447198749999.990	38	1774926282894.737		
Total	67532299374999.990	39			

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Tabel homogenitas di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya sebesar 0,828. Karena signifikansi variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya ini lebih besar dari 0,05 atau  $0,828 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel ini memiliki varian yang sama (homogen).

Untuk hasil pengujian homogenitas varian data pada jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya dapat dipaparkan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.19 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data  
Penelitian Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah  
Hadirnya Suzuya**

Sebelum- Sesudah	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2805.625	1	2805.625	.060	.808
Within Groups	1773668.750	38	46675.493		
Total	1776474.375	39			

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Tabel signifikansi di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya yaitu sebesar 0,808. Karena signifikansi untuk variabel jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya yaitu  $0,808 > 0,05$ , maka disimpulkan bahwa data pada variabel jumlah pembeli tersebut memiliki varian yang sama (homogen).

Tabel di bawah ini merupakan tabel hasil pengujian homogenitas varian data pada variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret:

**Tabel 4.20 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data  
Penelitian Keuntungan Sebelum dan Sesudah  
Hadirnya Indomaret**

Sebelum- Sesudah	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	54627586206.896	1	54627586206.896	.039	.844
Within Groups	78698006896551.720	56	1405321551724.138		
Total	78752634482758.610	57			

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Tabel homogenitas di atas menunjukkan nilai signifikansi untuk keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret yaitu sebesar 0,844. Karena signifikansi untuk variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret lebih besar dari 0,05 atau  $0,844 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret memiliki varian yang sama (homogen).

Selain variabel yang telah disebutkan di atas, maka variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret juga dilakukan pengujian homogenitas varian data. Hasil pengujiannya dipaparkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.21 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data  
Penelitian Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya  
Indomaret**

<b>Sebelum- Sesudah</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Between Groups	4310344827.586	1	4310344827.586	.002	.969
Within Groups	157546379310344.800	56	2813328201970.443		
Total	157550689655172.400	57			

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Tabel homogenitas di atas menunjukkan nilai signifikansi untuk pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret sebesar 0,969. Karena signifikansi untuk variabel pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret  $0,969 > 0,05$  maka disimpulkan bahwa data pada variabel pendapatan tersebut memiliki varian yang sama (homogen).

Jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret juga dilakukan pengujian homogenitas varian data, sehingga menghasilkan nilai sebagai berikut:

**Tabel 4.22 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data  
Penelitian Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah  
Hadirnya Indomaret**

<b>Sebelum- Sesudah</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Between Groups	2758.621	1	2758.621	.046	.830
Within Groups	3333882.759	56	59533.621		
Total	3336641.379	57			

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Tabel homogenitas di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret yaitu sebesar 0,830. Karena signifikansi untuk variabel jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret  $0,830 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret memiliki varian yang sama (homogen).

Pada variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart juga telah penulis lakukan uji homogenitas yang hasilnya dipaparkan dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 4.23 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data  
Penelitian Keuntungan Sebelum dan Sesudah  
Hadirnya Alfamart**

<b>Sebelum- Sesudah</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Between Groups	6936000000.000	1	6936000000.000	.040	.739
Within Groups	10040267333333.340	58	1731080574712.644		
Total	10047203333333.340	59			

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Tabel homogenitas di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart yaitu sebesar 0,739. Karena signifikansi untuk variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart  $0,739 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart ini memiliki varian yang sama (homogen).

Berikut adalah hasil pengujian homogenitas yang dilakukan penulis pada variabel pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart:

**Tabel 4.24 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data  
Penelitian Pendapatan Sebelum dan Sesudah  
Hadirnya Alfamart**

Sebelum- Sesudah	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	84375000000.000	1	84375000000.000	.023	.784
Within Groups	210983483333333.300	58	3637646264367.816		
Total	211067858333333.300	59			

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Tabel homogenitas di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart sebesar 0,784. Karena signifikansi untuk variabel pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart  $0,784 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart ini memiliki varian yang sama (homogen).

Variabel terakhir yang penulis lakukan pengujian homogenitas varian data yaitu pada variabel jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart dan menghasilkan nilai yang dipaparkan dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 4.25 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data  
Penelitian Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah  
Hadirnya Alfamart**

Sebelum- Sesudah	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3760.417	1	3760.417	.054	.745
Within Groups	4023070.833	58	69363.290		
Total	4026831.250	59			

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Tabel homogenitas di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart yaitu sebesar 0,745. Karena signifikansi untuk variabel jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart  $0,745 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart ini memiliki varian yang sama (homogen).

### 3. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak. Adapun hasil pengujian linearitas ditampilkan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.26 Hasil Pengujian Linearitas Data Penelitian**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			475331366666	26	18281975641	43.877	.005
			66.670		02.564		
Keuntungan	Between Groups	Linearity	467899320837	1	46789932083	1122.958	.000
_Sebelum_			Hadirnya_		59.160		
Alfamart *	from	Deviation	743204582907.	25	29728183316	.713	.734
Keuntungan			Alfamart		516		
_Sesudah_	Within Groups	Linearity	125000000000.	3	41666666666		
Hadirnya_			Alfamart		000		
Total			476581366666	29			
			66.670				

Sumber : Data Hasil SPSS

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,734 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa keuntungan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart terdapat hubungan yang linear. Hasil uji prasyarat yang dipaparkan di atas dapat menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal, mempunyai varian yang homogen dan terdapat hubungan yang linear. Oleh karena itu untuk selanjutnya dapat dilakukan analisis menggunakan *paired sample t-test*.

#### 4.2.5 Pengujian Hipotesis dengan Analisis *Paired Sample T-test*

Sebagaimana yang telah dinyatakan dalam bab I, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat perbedaan keuntungan ritel tradisional sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern.
2. Terdapat perbedaan pendapatan ritel tradisional sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern.
3. Terdapat perbedaan jumlah pembeli ritel tradisional sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern.

Dalam rangka menguji hipotesis tersebut, digunakan analisis statistik *paired sample t-test*. *Paired sample t-test* merupakan metode yang digunakan untuk menguji perbedaan tingkat keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli ritel tradisional sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern yaitu Suzuya, Indomaret dan Alfamart. Berikut ini dipaparkan masing-masing hasil pengujian hipotesis dari hadirnya ritel modern tersebut.

#### **4.2.5.1 Analisis *Paired Sample T-test* Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya**

- 1. Analisis Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya**

**Tabel 4.27 Hasil Analisis *Paired Sample T-test***

#### **Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya**

<b>Keuntungan</b>	<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>	<b>Nilai t</b>	<b>Df</b>	<b>Signifikansi</b>
Sebelum	20	3282500.00	842033.097	1.963	19	.064
Sesudah	20	3380000.00	920589.056			

Sumber: Data olahan hasil SPSS

Hasil perhitungan dari uji statistik *paired sample t-test* di atas, diketahui bahwa keuntungan rata-rata untuk sebelum hadirnya Suzuya lebih kecil daripada sesudah hadirnya Suzuya yaitu Rp3.282.500,00 < Rp3.380.000,00. Sedangkan untuk  $t_{hitung}$  sebesar 1,963 dan  $t_{tabel}$  (0,05;19) sebesar 2,093. Oleh karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,064, maka **Ha ditolak**, artinya tidak terdapat perbedaan keuntungan ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya.

## 2. Analisis Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

**Tabel 4.28 Hasil Analisis Paired Sample T-test**

### Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

Pendapatan	N	Mean	Std. Deviation	Nilai t	Df	Signifikansi
Sebelum	20	5357500.00	1289866.884	1.817	19	.085
Sesudah	20	5449750.00	1373352.099			

Sumber: Data olahan hasil SPSS

Dari hasil perhitungan dari uji statistik *paired sample t-test* di atas dengan N yaitu 20 menunjukkan bahwa pendapatan rata-rata yang dimiliki oleh pedagang ritel tradisional sebelum hadirnya Suzuya lebih kecil dibandingkan dengan sesudah hadirnya Suzuya, yaitu Rp5.357.500,00 < Rp5.449.750,00. Untuk nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,817 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,093. Dengan demikian didapatkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,085 > 0,05, maka **Ha ditolak**, artinya bahwa tidak terdapat perbedaan

pendapatan ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya sebagai ritel modern di Kota Lhokseumawe.

### 3. Analisis Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

**Tabel 4.29 Hasil Analisis *Paired Sample T-test***

#### **Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya**

<b>Jumlah Pembeli</b>	<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>	<b>Nilai t</b>	<b>df</b>	<b>Signifikansi</b>
Sebelum	20	575.50	202.185	2.079	19	.051
Sesudah	20	592.25	229.068			

Sumber: Data olahan hasil SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan statistik di atas, dengan N yaitu 20 diketahui bahwa jumlah pembeli rata-rata sebelum hadirnya Suzuya lebih kecil daripada sesudah hadirnya Suzuya yaitu  $575,50 < 592,25$ . Dari tabel di atas juga dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,079, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  (0,05;19) sebesar 2,093. Oleh karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada taraf signifikansi sebesar  $0,051 > 0,05$  maka  **$H_a$  ditolak**. Artinya bahwa tidak terdapat perbedaan jumlah pembeli ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya Suzuya sebagai ritel modern di Kota Lhokseumawe.

#### 4.2.5.2 Analisis *Paired Sample T-test* Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

##### 1. Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

Tabel 4.30 Hasil Analisis *Paired Sample T-test*

##### Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

Keuntungan	N	Mean	Std. Deviation	Nilai t	Df	Signifikansi
Sebelum	29	4094827.59	1147539.668	1.105	28	.279
Sesudah	29	4156206.90	1222209.398			

Sumber: Data olahan hasil SPSS

Dari tabel di atas, dapat diketahui jumlah responden yang diteliti yaitu 29 responden. Selain itu diketahui juga bahwa keuntungan rata-rata sebelum hadirnya Indomaret sebesar Rp4.094.827,59. Sedangkan keuntungan rata-rata sesudah hadirnya Indomaret sebesar Rp4.156.206,90. Dengan demikian keuntungan rata-rata sebelum hadirnya Indomaret < keuntungan rata-rata sesudah hadirnya Indomaret yaitu Rp4.094.827,59 < Rp4.156.206,90. Nilai  $t_{hitung}$  didapat sebesar 1,105, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  (0,05;28) yaitu 2,048. Sehingga nilai  $t_{hitung}$  < nilai  $t_{tabel}$ , pada taraf signifikansi 0,279 maka  **$H_a$  ditolak**, artinya tidak terdapat perbedaan keuntungan ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret di Kota Lhokseumawe.

## 2. Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

**Tabel 4.31 Hasil Analisis *Paired Sample T-test***

### Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

Pendapatan	N	Mean	Std. Deviation	Nilai t	Df	Signifikansi
Sebelum	29	6150000.00	1608404.267	.273	28	.787
Sesudah	29	6167241.38	1743471.284			

Sumber: Data olahan hasil SPSS

Pada tabel di atas, diketahui bahwa pendapatan rata-rata sebelum hadirnya Indomaret sebesar Rp6.150.000,00 dan sesudah hadirnya Indomaret sebesar Rp6.167.241,38. Sehingga pendapatan sebelum hadirnya Indomaret < sesudah hadirnya Indomaret yaitu Rp6.150.000,00 < Rp6.167.241,38. Sedangkan untuk nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,273 dan  $t_{tabel}$  (0,05;28) sebesar 2,048. Disebabkan  $t_{hitung}$  <  $t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,787, maka  **$H_a$  ditolak**, artinya tidak terdapat perbedaan pendapatan rata-rata ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret.

## 3. Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

**Tabel 4.32 Hasil Analisis *Paired Sample T-test***

### Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

Jumlah Pembeli	N	Mean	Std. Deviation	Nilai t	Df	Signifikansi
Sebelum	29	656.21	235.393	1.634	28	.114
Sesudah	29	670.00	252.304			

Sumber: Data olahan hasil SPSS

Hasil perhitungan dari uji statistik *paired sample t-test* di atas, diketahui bahwa jumlah pembeli rata-rata sebelum adanya Indomaret yaitu 656,21 sedangkan sesudah hadirnya Indomaret yaitu menjadi 670,00. Sehingga jumlah pembeli sebelum < sesudah hadirnya Indomaret yaitu  $656,21 < 670,00$ . Untuk nilai  $t_{hitung}$  diperoleh yaitu sebesar 1,634 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 2,048. Disebabkan karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada taraf signifikansi yaitu 0,114 maka  **$H_a$  ditolak**, artinya bahwa tidak terdapat perbedaan jumlah pembeli ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya Indomaret.

#### 4.2.5.3 Analisis *Paired Sample T-test* Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

##### 1. Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

Tabel 4.33 Hasil Analisis *Paired Sample T-test*

##### Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

Keuntungan	N	Mean	Std. Deviation	Nilai t	Df	Signifikansi
Sebelum	30	4074333.33	1281945.406	1.961	29	.060
Sesudah	30	4142333.33	1348620.453			

Sumber: Data olahan hasil SPSS

Tabel di atas didapati bahwa dengan jumlah responden sebanyak 30 orang, keuntungan rata-rata sebelum hadirnya Alfamart yaitu Rp4.074.333,33 sedangkan keuntungan rata-rata sesudah hadirnya Alfamart sebesar Rp4.142.333,33. Sehingga

keuntungan rata-rata sebelum < sesudah hadirnya Alfamart, yaitu Rp4.074.333,33 < Rp4.142.333,33. Untuk nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh yaitu sebesar 1,961 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 2,045. Dengan demikian,  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada taraf signifikansi yaitu 0,060 maka **Ha ditolak**, dengan arti bahwa tidak ada perbedaan keuntungan ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart di Kota Lhokseumawe.

## 2. Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

**Tabel 4.34 Hasil Analisis Paired Sample T-test**

### Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

Pendapatan	N	Mean	Std. Deviation	Nilai t	Df	Signifikansi
Sebelum	30	6031666.67	1867161.008	2.017	29	.053
Sesudah	30	6106666.67	1946535.974			

Sumber: Data olahan hasil SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan dari uji statistik di atas, didapati bahwa pendapatan rata-rata ritel tradisional sebelum hadirnya Alfamart lebih kecil daripada sesudah hadirnya Alfamart, yaitu Rp6.031.666,67 < Rp6.106.666,67. Untuk nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 2,017 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 2,045. Oleh karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,053 maka **Ha ditolak**, artinya tidak terdapat perbedaan pendapatan ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart di Kota Lhokseumawe.

### 3. Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadir Alfamart

**Tabel 4.35 Hasil Analisis *Paired Sample T-test***

#### **Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart**

<b>Jumlah Pembeli</b>	<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>	<b>Nilai t</b>	<b>df</b>	<b>Signifikansi</b>
Sebelum	30	663.33	251.030	2.038	29	.051
Sesudah	30	679.17	275.155			

Sumber: Data olahan hasil SPSS

Dari tabel hasil perhitungan uji statistik *paired sample t-test* di atas, didapati bahwa jumlah pembeli rata-rata sebelum hadirnya Alfamart lebih kecil daripada sesudah hadirnya Alfamart, yaitu  $663,33 < 679,17$ . Sedangkan untuk nilai  $t_{hitung}$  diperoleh sebesar 2,038 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,045. Oleh karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,051 maka **Ha ditolak**, artinya tidak terdapat perbedaan jumlah pembeli ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart.

#### **4.3 Pembahasan**

Keberlangsungan ritel tradisional merupakan kemampuan dari ritel tradisional untuk bertahan dalam perekonomian setelah hadirnya ritel modern seperti Suzuya, Indomaret dan Alfamart di Kota Lhokseumawe tepatnya di Kecamatan Banda Sakti. Keberlangsungan ritel tradisional disini dilihat dari keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern tersebut. Setelah penulis melakukan penelitian secara langsung dengan menyebarkan angket (kuesioner) kepada para pedagang ritel tradisional yang ada di Pasar Inpres Kota

Lhokseumawe, maka didapatkan data yang kemudian penulis analisis melalui alat analisis *SPSS for Windows* dengan menggunakan uji statistik *paired sample t-test*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 30 pedagang ritel tradisional yang menjadi sampel penelitian, tidak mengalami perbedaan keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern di Kota Lhokseumawe. Dalam hal ini tampak bahwa kehadiran ritel modern di tengah-tengah masyarakat Kota Lhokseumawe tepatnya di kecamatan Banda Sakti, tidak membuat keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli di ritel tradisional menjadi berubah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Daniel Suryadarma dkk (2007) dalam Laporan Penelitian miliknya yang berjudul “Laporan Penelitian : Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia”. Dari hasil penelitiannya didapati bahwa dari indikator kinerja pasar yang terdiri dari keuntungan, omset, dan jumlah pegawai, maka dengan hadirnya supermarket yang jaraknya dekat dengan pasar tradisional hanya berdampak pada berkurangnya jumlah pegawai yang dipekerjakan oleh para pedagang tradisional. Berarti bahwa keuntungan dan omset tidak berdampak dengan hadirnya supermarket yang jaraknya dekat dengan pasar tradisional.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Raharjo (2015), bahwa terdapat dampak yang cukup signifikan yaitu adanya perubahan tingkat omset, keuntungan, jumlah pembeli dan jam

buka toko setelah munculnya minimarket modern di sekitar tempat berdirinya toko kelontong. Perubahan yang terjadi yaitu berupa penurunan tingkat omset, keuntungan dan jumlah pembeli. Sedangkan untuk jam buka toko, para pedagang mengubah jam buka tokonya agar memporelah pendapatan yang maksimal setelah munculnya minimarket modern di sekitar toko kelontongnya.

Kehadiran ritel modern di Kota Lhokseumawe tidak berdampak apapun bagi para pedagang ritel tradisional. Tidak berdampaknya dari kehadiran ritel modern terhadap keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli ritel tradisional disebabkan karena pedagang ritel tradisional ini menerapkan prinsip-prinsip etika berbisnis dalam Islam, salah satu diantaranya yaitu dengan bersikap ramah tamah dan membangun hubungan yang baik dalam melakukan bisnis. Dalam ajaran Islam, bagi yang menjalankan silaturrahi ini akan diraih keluasan rezeki dan dipanjangkan umurnya (Djakfar, 2012). Seperti dalam hadits yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim yang telah dipaparkan penulis pada Bab II, disebutkan bahwa *“Barangsiapa ingin dilapangkan rezeki dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menjalin hubungan silaturrahi”*. Dari sinilah prinsip yang diambil dan dilakukan oleh pedagang ritel tradisional, bahwa menjalin hubungan silaturrahi mampu membuat usahanya semakin berkembang dan dilapangkan rezekinya. Meskipun, dengan zaman yang seperti sekarang ini, dimana telah berkembangnya ritel modern dikalangan masyarakat, hadirnya ritel modern yang secara fisik terlihat lebih nyaman,

suasana adem dan bersih, tidak membuat pendapatan, keuntungan dan jumlah pembeli di ritel tradisional berkurang dan para pembeli tetap lebih memilih untuk berbelanja di ritel tradisional.

Selain itu ada kemungkinan hal lain yang membuat para pembeli tetap berbelanja di ritel tradisional, yaitu disebabkan karena berbelanja di ritel tradisional memiliki kesempatan untuk melakukan tawar-menawar dengan pedagangnya untuk menentukan kepastian harga suatu barang. Kegiatan tawar-menawar itu adalah kegiatan yang paling disukai oleh para wanita, dan itu jelas berbeda dengan ritel modern yang harganya telah pasti dan tidak bisa ditawar-tawar.

Kemungkinan alasan lain yang membuat keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli tidak mengalami dampak apapun dari kehadiran ritel modern yaitu karena para pembeli memiliki banyak kesempatan untuk berbelanja sesuai dengan kemauannya di ritel tradisional. Jika pembeli tidak merasa nyaman dengan ritel tradisional yang satu, maka pembeli dapat berbelanja di ritel tradisional lainnya. Berbeda dengan di ritel modern, bahwa pembeli tidak bisa melakukan pemindahan pembelian dari satu ritel modern ke ritel modern lainnya. Disebabkan karena jarak antara satu ritel modern dengan ritel modern lainnya lumayan jauh.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis laksanakan tentang bagaimana keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern yaitu Suzuya, Indomaret dan Alfamart di Kota Lhokseumawe, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terjadinya peningkatan rata-rata keuntungan ritel tradisional sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern yaitu Suzuya, Indomaret dan Alfamart di Kota Lhokseumawe jika dilihat berdasarkan angka kasar yang didapatkan di lapangan. Sedangkan, jika dilakukan analisis statistik dengan uji *paired sample t-test*, maka didapatkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan keuntungan ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern.
2. Terjadinya peningkatan pendapatan rata-rata ritel tradisional sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern di Kota Lhokseumawe jika dilihat berdasarkan angka kasar yang didapatkan di lapangan. Sedangkan, hasil yang didapatkan melalui analisis statistik uji *paired sample t-test*, bahwa tidak terdapat perbedaan pendapatan ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern.

3. Terjadinya peningkatan jumlah pembeli di ritel tradisional sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern, jika dilihat berdasarkan angka kasar yang didapatkan di lapangan. Sedangkan, setelah dilakukan analisis statistik uji *paired sample t-test* didapatkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan jumlah pembeli di ritel tradisional yang signifikan sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern di Kota Lhokseumawe.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Pasar Inpres Kota Lhokseumawe, maka saran yang dapat penulis berikan untuk beberapa pihak terkait sebagai berikut:

1. Pedagang ritel tradisional

Diharapkan kepada para pedagang ritel tradisional untuk terus meningkatkan usahanya dengan jalan-jalan yang benar dan sesuai dengan aturan Islam agar dapat terus bersaing dan bertahan dalam perkembangan masa yang semakin modern.
2. Peneliti Selanjutnya
  - a. Penelitian ini hanya dilakukan kepada 30 orang responden saja, sehingga ada baiknya untuk peneliti selanjutnya agar meningkatkan jumlah respondennya agar lebih valid dan konkrit.
  - b. Penelitian tentang keberadaan ritel modern terhadap keberlangsungan ritel tradisional ini ditambahkan dengan

pendekatan *mix method* sehingga didapatkan hasil yang lebih mendetail.

- c. Dalam penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain yang lebih mendalam, sehingga dapat mencerminkan hasil tentang dampak keberadaan ritel modern terhadap keberlangsungan ritel tradisional yang lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi dan Beni Ahmad Saebani. (2014) *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Gozali, Anang dkk. (2013). *Artikel Riset : Brand Switching Analysis dalam Industri Ritel Modern*, <http://www.marketing.co.id/brand-switching-analysis-dalam-industri-ritel-modern/>, diakses tanggal 16 Agustus 2017. Online
- Al-Asqalani, Ibnu Hajar. (2013). *Bulughul Maram dan Dalil-Dalil Hukum (Terjemah)*. Jakarta : Gema Insani.
- Amalia, Fitri. (2014). Etika Bisnis Islam : Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil, *Al-Iqtishad*, 6(1) , 133-142.
- Aziz, Abdul. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung : Alfabeta.
- Badroen, Faisal. (2005). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : UIN Jakarta Press.
- Djakfar, Muhammad. (2012). *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Depok : Penebar Plus.
- Fanan, Syaekhul. (2017). Skripsi : *Dampak Pertumbuhan Ritel Modern terhadap Ritel Tradisional (Studi Kasus Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat Mundu Pesisir Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon)*. Cirebon : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati.
- Gulo, W. (2002). *Metode Penelitian*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Mapata, Dg. (2017). *Buku Penunjang Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Pengembangan Silabus Kurikulum 2013 Versi 2016 Peserta Didik VII Satuan Pendidikan SMP/MTs, dan atau Sederajat*. Yogyakarta : Deepublish.
- Maturidi, Ade Djohar. (2014). *Metode Penelitian Teknik Informatika*. Yogyakarta : Deepublish.
- Nawatmi, Sri. (2010). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam, *Fokus Ekonomi (FE)*, 9(1), hlm. 50-58.
- Norvadewi. (2015). Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif), *Al-Tijary*, 1(2), 33-46.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 70/M-DAG/PER/12/2013 Peraturan Menteri ini tentang Pedoman Pemataan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Pujiastuti, Y.Sri dkk. (2007). *IPS Terpadu 2A untuk SMP dan MTs Kelas VIII Semester 1*. Jakarta : Esis.
- Purwanto, Wawan. (2012). Analisa Persaingan Antara Pasar Tradisional dengan Pasar Modern Studi Kasus di Kawasan Ciledug Tangerang. *Jurnal MIX*, 5 (3), 116-127.
- Raharjo, Reza Haditya. (2015). Skripsi : *Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern terhadap Keberlangsungan Usaha Toko Kelontong di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Saddewisasi, Wyati. (2011). Skripsi : *Analisis Dampak Usha Ritel Modern terhadap Usaha Ritel Tradisional*. Semarang : Institut Agama Islam Walisongo.

- Safitri, Ahmad Reza. (2010). Skripsi : *Dampak Retail Modern terhadap Kesejahteraan Pedagang Pasar Tradisional Ciputat, Tangerang Selatan*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Santoso, Agung. (2010). *Statistik untuk Psikologi, dari Blog Menjadi Buku*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Saraswati , Mila dan Ida Widaningsih. (2008). *Be Smart Ilmu Pengetahuan Sosial (Geografi, Sejarah, Sosiologi, Ekonomi)*. Jakarta : Penerbit Grafindo Media Pratama.
- Sarwoko, Endi. (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang, *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 4(2), 97-115.
- Sasikirana, Hardyani. (2014). Skripsi : *Dampak Kehadiran Ritel Modern terhadap Omzet Pedagang Pasar Tradisional di Kota Surakarta Provinsi Jawa Tengah*. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Soehartono, Irawan. (2004). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Soliha, Euis. (2008). Analisis Industri Ritel di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 15(2), 128-142.
- Sujana, Asep ST. (2012). *Manajemen Minimarket*. Depok : Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).
- Suryadarma, Daniel dkk. (2007). Laporan Penelitian : *Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*. Jakarta : Lembaga Penelitian SMERU.
- Umar, Husein. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

- \_\_\_\_\_. (2005). *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Utomo, Tri Joko. (2011). Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional VS Modern. *Fokus Ekonomi*, 6(1), 122-133.
- Widodo, Tri. 2013. Studi Tentang Peranan Unit Pasar dalam Pengelolaan Sampah di Pasar Merdeka Kota Samarinda, *e-Jurnal Administrasi Negara*, 1 (1), 27-40.
- Wijayanti, Dian. (2013). Skripsi : *Dampak Kejadiran Ritel Modern Indomaret terhadap Keberlangsungan Usaha Ritel Tradisional di Kota Pematang Siantar*. Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana.
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta : Gema Insani Press.

## Lampiran 1. Angket (Kuesioner) Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### **DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN RITEL TRADISIONAL (Studi Kasus Di Wilayah Kec. Banda Sakti, Kota Lhokseumawe)**

##### A. Karakteristik Responden Ritel Tradisional (Pedagang Kelontong)

1. Nama : .....
2. Umur : .....
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan
4. Nama Toko : .....
5. Alamat Toko : .....
6. Pengalaman Berdagang : ..... tahun

##### B. Aktivitas Usaha Secara Umum

1. Pada tahun berapa bapak/ibu berdagang kelontong di pasar tradisional ini ?  
Jawab : .....

#### **Lingkari pilihan jawaban di bawah ini jika sesuai dengan keadaan toko bapak/ibu !**

2. Jenis produk apa saja yang dijual di toko bapak/ibu ?  
Jawab :
  - a. Deterjen
  - b. Pasta gigi anak dan dewasa
  - c. Sabun mandi padat dan cair
  - d. Sabun cuci piring
  - e. Sabun cuci tangan cair (*handsoap*)
  - f. *Shampoo*
  - g. Pembersih lantai
  - h. Pelembut dan pewangi pakaian
  - i. Pelicin pakaian

- j. Minyak goreng
  - k. Mie instan
  - l. Margarin
  - m. Teh bubuk
  - n. Kopi bubuk
  - o. Susu kental manis
  - p. Kecap dan saus
  - q. Gula
  - r. Beras
  - s. Berbagai macam minuman
  - t. Jajanan anak berupa biskuit dan snack kering
  - u. Bumbu racik seperti bumbu nasi goreng, tepung racik bakwan, dll
  
  - v. Pembalut wanita
  - w. Pantyliner
  - x. Keperluan bayi seperti popok
  - y. Kantong plastik
  - z. Obat nyamuk
  - aa. Rokok
3. Berdasarkan jenis produk yang telah dilingkari diatas, produk apa saja yang paling banyak dibeli oleh konsumen ?  
Jawab :
- a. Deterjen
  - b. Pasta gigi anak dan dewasa
  - c. Sabun mandi padat dan cair
  - d. Sabun cuci piring
  - e. Sabun cuci tangan cair (*handsoap*)
  - f. *Shampoo*
  - g. Pembersih lantai
  - h. Pelembut dan pewangi pakaian
  - i. Pelicin pakaian
  
  - j. Minyak goreng
  - k. Mie instan
  - l. Margarin
  - m. Teh sachet

- n. Kopi bubuk
- o. Susu kental manis
- p. Kecap dan saus
- q. Gula
- r. Beras
- s. Berbagai macam minuman
- t. Jajanan anak berupa biskuit dan snack kering
- u. Bumbu racik seperti bumbu nasi goreng, tepung racik bakwan, dll
  
- v. Pembalut wanita
- w. Pantyliner
- x. Keperluan bayi seperti popok
- y. Kantong plastik
- z. Obat nyamuk
- aa. Rokok

4. Apakah para pembeli yang berbelanja di toko bapak/ibu adalah orang yang bertempat tinggal di sekitar toko dan bapak/ibu kenali atau orang yang bertempat tinggal jauh dari toko bapak/ibu dan tidak dikenali ?

Jawab : .....

.....

5. Berapa modal bapak/ibu dalam menjalankan usaha ini ?

Jawab : .....

### **Dampak Keberadaan Ritel Modern : Suzuya (2006)**

6. Setelah berdirinya ritel modern yaitu Suzuya yang mulai beroperasi pada tahun 2006 di lingkungan bapak/ibu, apakah anda merasakan ada perubahan terhadap keuntungan (profit) perbulan pada toko bapak/ibu ?
- a. Ya
  - b. Tidak

7. Setelah berdirinya Suzuya di lingkungan bapak/ibu, apakah anda merasakan ada perubahan terhadap pendapatan perbulan pada toko bapak/ibu ?
  - a. Ya
  - b. Tidak
8. Setelah berdirinya Suzuya di lingkungan bapak/ibu, apakah anda merasakan ada perubahan terhadap jumlah pembeli perbulan pada toko bapak/ibu ?
  - a. Ya
  - b. Tidak
9. Berapa rata-rata keuntungan (profit), pendapatan dan jumlah pembeli perbulannya pada toko bapak/ibu ?

No	Ritel Tradisional dari Segi	Sebelum Adanya Suzuya (2000-2005)	Adanya Suzuya (2006)	Setelah adanya Suzuya (2007-2012)
1.	Keuntungan (Profit)	.....		.....
2.	Pendapatan	.....		.....
3.	Jumlah Pembeli	.....		.....

### **Dampak Keberadaan Ritel Modern : Indomaret (2015)**

10. Setelah berdirinya ritel modern yaitu Indomaret yang mulai beroperasi pada tahun 2015 di lingkungan anda, apakah anda merasakan ada perubahan terhadap keuntungan (profit) perbulan pada toko anda ?
  - a. Ya
  - b. Tidak
11. Setelah berdirinya Indomaret di lingkungan anda, apakah anda merasakan ada perubahan terhadap pendapatan perbulan pada toko anda ?
  - a. Ya
  - b. Tidak



17. Berapa rata-rata keuntungan (profit), pendapatan dan jumlah pembeli perbulannya pada toko bapak/ibu ?

No	Ritel Tradisional dari Segi	Sebelum Adanya Alfamart (2016)	Adanya Alfamart (2017)	Setelah adanya Alfamart (2018)
1.	Keuntungan (Profit)	.....		.....
2.	Pendapatan	.....		.....
3.	Jumlah Pembeli	.....		.....

18. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menghadapi persaingan dengan ritel modern ?

- a. Barang yang lengkap dan beragam
- b. Tata letak yang lebih baik
- c. Harga yang lebih murah
- d. Menjaga kebersihan
- e. Kualitas barang terjamin
- f. Keramahan layanan
- g. Kecepatan layanan.

19. Harapan bapak/ibu kepada pemerintah daerah setempat atau para pengelola pasar untuk pengembangan pasar/ritel tradisional kedepannya :

Jawab : .....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Lampiran 2. Data Mentah Hasil Penelitian

### 1. Tabel Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli Perbulan di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya (2006)

No	Inisial	Dampak Kehadiran Suzuya (2006)								
		Perubahan Keuntungan	Perubahan Pendapatan	Perubahan Jlh Pembeli	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
					Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1	AH	Tidak	Tidak	Tidak	4,000,000	4,180,000	6,000,000	6,300,000	1000	1100
2	IY	Tidak	Tidak	Tidak	2,500,000	2,650,000	5,000,000	5,300,000	500	530
3	MZ	Ya	Ya	Ya	1,500,000	1,000,000	2,100,000	1,700,000	200	150
4	RW	Tidak	Tidak	Tidak	4,000,000	4,240,000	6,500,000	6,800,000	600	620
5	RS	Tidak	Tidak	Tidak	2,500,000	2,650,000	3,600,000	3,820,000	550	570
6	MB	Tidak	Tidak	Tidak	4,000,000	4,240,000	7,000,000	7,150,000	500	520
7	MU	Tidak	Tidak	Tidak	4,250,000	4,400,000	6,200,000	6,350,000	950	970
8	BU	Tidak	Tidak	Tidak	3,300,000	3,450,000	5,100,000	5,200,000	450	460
9	MS	Tidak	Tidak	Tidak	4,100,000	4,200,000	6,300,000	6,400,000	700	710
10	TM	Tidak	Tidak	Tidak	2,300,000	2,500,000	4,200,000	4,300,000	400	415

## Lampiran 2. (Lanjutan)

No	Inisial	Dampak Kehadiran Suzuya (2006)								
		Perubahan Keuntungan	Perubahan Pendapatan	Perubahan Jlh Pembeli	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
					Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
11	TJ	Tidak	Tidak	Tidak	3,150,000	3,300,000	5,250,000	5,400,000	600	620
12	HM	Ya	Ya	Ya	3,800,000	3,300,000	5,500,000	4,900,000	600	550
13	MR	Tidak	Tidak	Tidak	5,000,000	5,200,000	8,400,000	8,500,000	1000	1100
14	MD	Tidak	Tidak	Tidak	3,000,000	3,240,000	5,100,000	5,300,000	470	480
15	DD	Ya	Ya	Ya	3,500,000	3,350,000	5,450,000	5,300,000	530	510
16	YS	Tidak	Tidak	Tidak	2,500,000	2,650,000	4,450,000	4,600,000	430	450
17	DN	Tidak	Tidak	Tidak	3,300,000	3,450,000	5,200,000	5,350,000	540	560
18	BK	Tidak	Tidak	Tidak	2,300,000	2,500,000	5,000,000	5,120,000	440	445
19	DH	Tidak	Tidak	Tidak	3,250,000	3,400,000	5,300,000	5,500,000	530	550
20	BT	Tidak	Tidak	Tidak	3,400,000	3,700,000	5,500,000	5,705,000	520	535
<b>RATA-RATA</b>					<b>3,282,500</b>	<b>3,380,000</b>	<b>5,357,500</b>	<b>5,449,750</b>	<b>576</b>	<b>592</b>

## Lampiran 2. (Lanjutan)

## 2. Tabel keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli Perbulan di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret (2015)

No	Inisial	Dampak Kehadiran Indomaret (2015)								
		Perubahan Keuntungan	Perubahan Pendapatan	Perubahan Jlh Pembeli	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
					Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1	AH	Tidak	Tidak	Tidak	4,850,000	5,100,000	6,800,000	7,000,000	1300	1400
2	IY	Tidak	Tidak	Tidak	3,300,000	3,500,000	6,500,000	6,900,000	650	690
3	MZ	Ya	Ya	Ya	1,100,000	700,000	1,800,000	1,200,000	160	130
4	RW	Tidak	Tidak	Tidak	4,500,000	4,650,000	7,000,000	7,100,000	670	700
5	RS	Ya	Ya	Ya	5,000,000	4,000,000	6,300,000	5,100,000	800	650
6	MB	Tidak	Tidak	Tidak	4,500,000	4,700,000	7,300,000	7,500,000	600	630
7	IW	Tidak	Tidak	Tidak	6,000,000	6,100,000	8,200,000	8,300,000	700	720
8	MU	Tidak	Tidak	Tidak	5,000,000	5,100,000	6,600,000	6,700,000	1000	1050
9	MA	Tidak	Tidak	Tidak	2,000,000	2,150,000	3,100,000	3,150,000	300	320
10	BU	Tidak	Tidak	Tidak	3,600,000	3,700,000	5,400,000	5,500,000	500	510

## Lampiran 2. (Lanjutan)

No	Inisial	Dampak Kehadiran Indomaret (2015)								
		Perubahan Keuntungan	Perubahan Pendapatan	Perubahan Jlh Pembeli	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
					Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
11	MS	Tidak	Tidak	Tidak	4,700,000	4,750,000	6,800,000	6,900,000	760	770
12	AD	Tidak	Tidak	Tidak	3,000,000	3,100,000	4,100,000	4,150,000	450	470
13	TM	Tidak	Tidak	Tidak	3,000,000	3,150,000	4,900,000	5,000,000	460	480
14	TJ	Tidak	Tidak	Tidak	4,200,000	4,400,000	6,300,000	6,500,000	700	720
15	HM	Ya	Ya	Ya	2,800,000	2,400,000	4,200,000	3,800,000	500	450
16	AM	Tidak	Tidak	Tidak	4,000,000	4,080,000	6,000,000	6,150,000	650	680
17	MR	Tidak	Tidak	Tidak	6,600,000	6,800,000	9,900,000	10,000,000	1300	1350
18	AZ	Tidak	Tidak	Tidak	4,800,000	5,000,000	8,000,000	8,100,000	600	620
19	ES	Tidak	Tidak	Tidak	5,000,000	5,200,000	7,000,000	7,100,000	600	630
20	UM	Ya	Ya	Ya	3,300,000	2,900,000	5,000,000	4,500,000	650	600
21	RL	Tidak	Tidak	Tidak	4,600,000	4,650,000	7,350,000	7,500,000	750	760
22	MD	Tidak	Tidak	Tidak	4,500,000	4,600,000	7,200,000	7,500,000	740	750
23	IC	Ya	Ya	Ya	4,900,000	4,500,000	6,850,000	6,300,000	610	550
24	DD	Tidak	Tidak	Tidak	3,900,000	4,200,000	5,700,000	5,850,000	630	670
25	YS	Tidak	Tidak	Tidak	3,300,000	3,550,000	4,900,000	5,100,000	530	570

**Lampiran 2. (Lanjutan)**

No	Inisial	Dampak Kehadiran Indomaret (2015)								
		Perubahan Keuntungan	Perubahan Pendapatan	Perubahan Jlh Pembeli	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
					Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
26	DN	Tidak	Tidak	Tidak	5,100,000	5,400,000	7,500,000	7,650,000	680	700
27	BK	Tidak	Tidak	Tidak	3,100,000	3,450,000	5,500,000	5,700,000	530	570
28	DH	Tidak	Tidak	Tidak	3,900,000	4,200,000	6,000,000	6,200,000	610	650
29	BT	Tidak	Tidak	Tidak	4,200,000	4,500,000	6,150,000	6,400,000	600	640
<b>RATA-RATA</b>					<b>4,094,828</b>	<b>4,156,207</b>	<b>6,150,000</b>	<b>6,167,241</b>	<b>656</b>	<b>670</b>

## Lampiran 2. (Lanjutan)

## 3. Tabel keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli Perbulan di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart (2017)

No	Inisial	Dampak Kehadiran Alfamart (2017)								
		Perubahan Keuntungan	Perubahan Pendapatan	Perubahan Jlh Pembeli	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
					Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1	AH	Tidak	Tidak	Tidak	5,100,000	5,330,000	7,000,000	7,200,000	1400	1500
2	IY	Tidak	Tidak	Tidak	3,500,000	3,700,000	6,900,000	7,200,000	690	740
3	MZ	Ya	Ya	Ya	700,000	500,000	1,200,000	1,000,000	130	100
4	YN	Tidak	Tidak	Tidak	1,700,000	1,800,000	2,100,000	2,300,000	400	425
5	RW	Tidak	Tidak	Tidak	4,650,000	4,800,000	7,100,000	7,300,000	700	730
6	RS	Ya	Ya	Ya	4,000,000	3,300,000	5,100,000	4,400,000	650	500
7	MB	Tidak	Tidak	Tidak	4,700,000	4,850,000	7,500,000	7,700,000	630	650
8	IW	Tidak	Tidak	Tidak	6,100,000	6,150,000	8,300,000	8,400,000	710	730
9	MU	Tidak	Tidak	Tidak	5,100,000	5,250,000	6,700,000	6,800,000	1050	1100
10	MA	Tidak	Tidak	Tidak	2,150,000	2,300,000	3,150,000	3,300,000	320	350
11	BU	Tidak	Tidak	Tidak	3,700,000	3,750,000	5,500,000	5,650,000	510	520

## Lampiran 2. (Lanjutan)

No	Inisial	Dampak Kehadiran Alfamart (2017)								
		Perubahan Keuntungan	Perubahan Pendapatan	Perubahan Jlh Pembeli	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
					Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
12	MS	Tidak	Tidak	Tidak	4,750,000	4,900,000	6,900,000	7,000,000	770	780
13	AD	Tidak	Tidak	Tidak	3,100,000	3,250,000	4,150,000	4,300,000	550	580
15	TJ	Tidak	Tidak	Tidak	4,400,000	4,550,000	6,500,000	6,600,000	720	750
16	HM	Tidak	Tidak	Tidak	2,400,000	2,500,000	3,800,000	3,850,000	450	470
17	AM	Tidak	Tidak	Tidak	4,080,000	4,200,000	6,150,000	6,300,000	680	700
18	MR	Tidak	Tidak	Tidak	6,800,000	7,000,000	10,000,000	10,200,000	1350	1450
19	AZ	Tidak	Tidak	Tidak	5,000,000	5,200,000	8,100,000	8,250,000	620	650
20	ES	Tidak	Tidak	Tidak	5,200,000	5,350,000	7,100,000	7,300,000	630	650
21	UM	Ya	Ya	Ya	2,900,000	2,500,000	4,500,000	4,000,000	600	550
22	RL	Tidak	Tidak	Tidak	4,650,000	4,800,000	7,500,000	7,700,000	760	790
23	MD	Tidak	Tidak	Tidak	4,600,000	4,650,000	7,500,000	7,550,000	750	755
24	IC	Tidak	Tidak	Tidak	4,500,000	4,600,000	6,300,000	6,400,000	550	560
25	DD	Tidak	Tidak	Tidak	4,200,000	4,240,000	5,850,000	5,950,000	670	675

**Lampiran 2. (Lanjutan)**

No	Inisial	Dampak Kehadiran Alfamart (2017)								
		Perubahan Keuntungan	Perubahan Pendapatan	Perubahan Jlh Pembeli	Keuntungan		Pendapatan		Jumlah Pembeli	
					Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
26	YS	Tidak	Tidak	Tidak	3,550,000	3,600,000	5,100,000	5,150,000	570	580
27	DN	Tidak	Tidak	Tidak	5,400,000	5,480,000	7,650,000	7,720,000	700	710
28	BK	Tidak	Tidak	Tidak	3,450,000	3,500,000	5,700,000	5,770,000	570	575
29	DH	Tidak	Tidak	Tidak	4,200,000	4,270,000	6,200,000	6,310,000	650	655
30	BT	Tidak	Tidak	Tidak	4,500,000	4,600,000	6,400,000	6,500,000	640	650
<b>RATA-RATA</b>					<b>4,074,333</b>	<b>4,142,333</b>	<b>6,031,667</b>	<b>6,106,667</b>	<b>663</b>	<b>679</b>

### Lampiran 3. Hasil Pengujian Normalitas

#### 1. Ritel Modern : Suzuya

##### 1.1 Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Keuntungan_Sebelum_ Hadirnya_Suzuya	Keuntungan_Sesudah_ Hadirnya_Suzuya
N		20	20
Normal	Mean	3282500.00	3380000.00
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	842033.097	920589.056
Most Extreme Differences	Absolute	.124	.140
	Positive	.124	.120
	Negative	-.103	-.140
Kolmogorov-Smirnov Z		.553	.624
Asymp. Sig. (2-tailed)		.920	.831

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Lampiran 3. (Lanjutan)

#### 1.2 Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Pendapatan_Sebelum_ Hadirnya_Suzuya	Pendapatan_Sesudah_ Hadirnya_Suzuya
N		20	20
Normal	Mean	5357500.00	5449750.00
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1289866.884	1373352.099
Most Extreme Differences	Absolute	.191	.155
	Positive	.156	.135
	Negative	-.191	-.155
Kolmogorov-Smirnov Z		.853	.694
Asymp. Sig. (2-tailed)		.460	.722

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### 1.3 Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		JumlahPembeli_Sebelum _Hadirnya_Suzuya	JumlahPembeli_Sesu dah_Hadirnya_Suzuya
N		20	20
Normal	Mean	575.50	592.25
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	202.185	229.068
Most Extreme Differences	Absolute	.252	.252
	Positive	.252	.252
	Negative	-.143	-.170
Kolmogorov-Smirnov Z		1.126	1.126
Asymp. Sig. (2-tailed)		.158	.158

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Lampiran 3. (Lanjutan)

## 2. Ritel Modern : Indomaret

### 2.1 Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Keuntungan_Sebelum _Hadirnya_Indomaret	Keuntungan_Sesudah_ Hadirnya_Indomaret
N		29	29
Normal	Mean	4094827.59	4156206.90
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1147539.668	1222209.398
Most Extreme	Absolute	.122	.104
Differences	Positive	.122	.093
	Negative	-.121	-.104
Kolmogorov-Smirnov Z		.655	.562
Asymp. Sig. (2-tailed)		.785	.910

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Lampiran 3. (Lanjutan)

#### 2.2 Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Pendapatan_Sebelum _Hadirnya_Indomaret	Pendapatan_Sesudah _Hadirnya_Indomaret
N		29	29
Normal	Mean	6150000.00	6167241.38
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1608404.267	1743471.284
Most Extreme	Absolute	.118	.117
Differences	Positive	.097	.094
	Negative	-.118	-.117
Kolmogorov-Smirnov Z		.636	.629
Asymp. Sig. (2-tailed)		.814	.824

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### 2.3 Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		JumlahPembeli_Sebelum _Hadirnya_Indomaret	JumlahPembeli_Sesuda h_Hadirnya_Indomaret
N		29	29
Normal	Mean	656.21	670.00
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	235.393	252.304
Most Extreme	Absolute	.192	.242
Differences	Positive	.192	.242
	Negative	-.130	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		1.032	1.306
Asymp. Sig. (2-tailed)		.237	.066

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Lampiran 3. (Lanjutan)

#### 3. Ritel Modern : Alfamart

##### 3.1 Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Keuntungan_Sebelum_ Hadirnya_Alfamart	Keuntungan_Sesudah_ Hadirnya_Alfamart
N		30	30
Normal	Mean	4074333.33	4142333.33
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1281945.406	1348620.453
Most Extreme Differences	Absolute	.110	.119
	Positive	.090	.094
	Negative	-.110	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		.604	.651
Asymp. Sig. (2-tailed)		.859	.791

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Lampiran 3. (Lanjutan)

#### 3.2 Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Pendapatan_Sebelum_ _Hadirnya_Alfamart	Pendapatan_Sesudah_ _Hadirnya_Alfamart
N	30	30
Normal Mean	6031666.67	6106666.67
Parameters <sup>a,b</sup> Std. Deviation	1867161.008	1946535.974
Most Extreme Absolute	.125	.140
Differences Positive	.093	.104
Negative	-.125	-.140
Kolmogorov-Smirnov Z	.686	.764
Asymp. Sig. (2-tailed)	.734	.603

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### 3.3 Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	JumlahPembeli_Sebelum_ _Hadirnya_Alfamart	JumlahPembeli_Sesudah_ _Hadirnya_Alfamart
N	30	30
Normal Mean	663.33	679.17
Parameters <sup>a,b</sup> Std. Deviation	251.030	275.155
Most Extreme Absolute	.235	.244
Differences Positive	.235	.244
Negative	-.126	-.124
Kolmogorov-Smirnov Z	1.290	1.334
Asymp. Sig. (2-tailed)	.072	.057

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



## Lampiran 4. Hasil Pengujian Homogenitas

### 1. Ritel Modern : Suzuya

#### 1.1 Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

##### Test of Homogeneity of Variances

Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.004	1	38	.948

##### ANOVA

Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	95062500000.000	1	95062500000.000	.122	.729
Within Groups	29573575000000.000	38	778251973684.211		
Total	29668637500000.000	39			

#### 1.2 Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

##### Test of Homogeneity of Variances

Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.024	1	38	.878

##### ANOVA

Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	85100625000.000	1	85100625000.000	.048	.828
Within Groups	67447198749999.990	38	1774926282894.737		
Total	67532299374999.990	39			

## Lampiran 4. (Lanjutan)

### 1.3 Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

#### Test of Homogeneity of Variances

Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya  
Suzuya

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.091	1	38	.765

#### ANOVA

Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2805.625	1	2805.625	.060	.808
Within Groups	1773668.750	38	46675.493		
Total	1776474.375	39			

## 2. Ritel Modern : Indomaret

### 2.1 Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

#### Test of Homogeneity of Variances

Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya  
Indomaret

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.008	1	56	.927

#### ANOVA

Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	54627586206.896	1	54627586206.896	.039	.844
Within Groups	78698006896551.720	56	1405321551724.138		
Total	78752634482758.610	57			

## Lampiran 4. (Lanjutan)

### 2.2 Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

#### Test of Homogeneity of Variances

Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya  
Indomaret

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.147	1	56	.703

#### ANOVA

Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4310344827.586	1	4310344827.586	.002	.969
Within Groups	157546379310344.800	56	2813328201970.443		
Total	157550689655172.400	57			

### 2.3 Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

#### Test of Homogeneity of Variances

Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya  
Indomaret

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.009	1	56	.924

#### ANOVA

Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2758.621	1	2758.621	.046	.830
Within Groups	3333882.759	56	59533.621		
Total	3336641.379	57			

## Lampiran 4. (Lanjutan)

### 3. Ritel Modern : Alfamart

#### 3.1 Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

##### Test of Homogeneity of Variances

Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.112	1	58	.739

##### ANOVA

Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6936000000.000	1	6936000000.000	.040	.842
Within Groups	10040267333333.340	58	1731080574712.644		
Total	10047203333333.340	59			

#### 3.2 Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

##### Test of Homogeneity of Variances

Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.076	1	58	.784

##### ANOVA

Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8437500000.000	1	8437500000.000	.023	.879
Within Groups	21098348333333.300	58	3637646264367.816		
Total	21106785833333.300	59			

## Lampiran 4. (Lanjutan)

### 3.3.Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

#### Test of Homogeneity of Variances

Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya

Alfamart

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.107	1	58	.745

#### ANOVA

Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3760.417	1	3760.417	.054	.817
Within Groups	4023070.833	58	69363.290		
Total	4026831.250	59			

## Lampiran 5. Hasil Pengujian Linearitas

### Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

#### Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Keuntungan_Sebelum_Hadirnya_Alfamart *	30	100.0%	0	0.0%	30	100.0%
Keuntungan_Sesudah_Hadirnya_Alfamart						

**Lampiran 5. (Lanjutan)**

**Report**

Keuntungan\_Sebelum\_Hadirnya\_Alfamart

Keuntungan_Sesudah_Hadirnya_Alfamart	Mean	N	Std. Deviation
500000	700000.00	1	.
1800000	1700000.00	1	.
2300000	2150000.00	1	.
2500000	2650000.00	2	353553.391
3250000	3100000.00	1	.
3300000	4000000.00	1	.
3350000	3150000.00	1	.
3500000	3450000.00	1	.
3600000	3550000.00	1	.
3700000	3500000.00	1	.
3750000	3700000.00	1	.
4200000	4080000.00	1	.
4240000	4200000.00	1	.
4270000	4200000.00	1	.
4550000	4400000.00	1	.
4600000	4500000.00	2	.000
4650000	4600000.00	1	.
4800000	4650000.00	2	.000
4850000	4700000.00	1	.
4900000	4750000.00	1	.
5200000	5000000.00	1	.
5250000	5100000.00	1	.
5330000	5100000.00	1	.
5350000	5200000.00	1	.
5480000	5400000.00	1	.
6150000	6100000.00	1	.
7000000	6800000.00	1	.
Total	4074333.33	30	1281945.406

## Lampiran 5. (Lanjutan)

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keuntungan	(Combined)	47533136666666.670	26	1828197564102.564	43.877	.005
_Sebelum_	Between	46789932083759.160	1	46789932083759.160	1122.958	.000
Hadirnya_	Groups					
Alfamart *	Deviation from	743204582907.516	25	29728183316.301	.713	.734
	Linearity					
Keuntungan	Within Groups	12500000000.000	3	4166666666.667		
_Sesudah_						
Hadirnya_	Total	47658136666666.670	29			
Alfamart						

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keuntungan_Sebelum_Hadirnya_Alfamart *	.991	.982	.999	.997
Keuntungan_Sesudah_Hadirnya_Alfamart				

## Lampiran 6. Hasil Analisis *Paired Sample T-Test*

### 1. Ritel Modern : Suzuya

#### 1.1 Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

**Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Keuntungan Sesudah Hadirnya Suzuya	3380000.00	20	920589.056	205849.971
	Keuntungan Sebelum Hadirnya Suzuya	3282500.00	20	842033.097	188284.324

**Paired Samples Correlations**

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Keuntungan Sesudah Hadirnya Suzuya & Keuntungan Sebelum Hadirnya Suzuya	20	.972	.000

**Lampiran 6. (Lanjutan)****Paired Samples Test**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Keuntungan Sesudah Hadirnya Suzuya - Keuntungan Sebelum Hadirnya Suzuya	97500.000	222139.714	49671.950	-6464.586	201464.586	1.963	19	.064

**1.2 Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya****Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Pendapatan Sesudah Hadirnya Suzuya	5449750.00	20	1373352.099	307090.865
	Pendapatan Sebelum Hadirnya Suzuya	5357500.00	20	1289866.884	288423.003

**Lampiran 6. (Lanjutan)****Paired Samples Correlations**

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Pendapatan Sesudah Hadirnya Suzuya & Pendapatan Sebelum Hadirnya Suzuya	20	.987	.000

**Paired Samples Test**

	Paired Differences					df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference			
				Lower	Upper		
Pair 1 Pendapatan Sesudah Hadirnya Suzuya - Pendapatan Sebelum Hadirnya Suzuya	92250.000	227066.388	50773.588	-14020.341	198520.341	19	.085

## Lampiran 6. (Lanjutan)

### 1.3 Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Suzuya

**Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Jumlah Pembeli Sesudah Hadirnya Suzuya	592.25	20	229.068	51.221
	Jumlah Pembeli Sebelum Hadirnya Suzuya	575.50	20	202.185	45.210

**Paired Samples Correlations**

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Jumlah Pembeli Sesudah Hadirnya Suzuya & Jumlah Pembeli Sebelum Hadirnya Suzuya	20	.994	.000

**Lampiran 6. (Lanjutan)****Paired Samples Test**

	Paired Differences					T	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Jumlah Pembeli Sesudah Hadirnya Suzuya - Jumlah Pembeli Sebelum Hadirnya Suzuya	16.750	36.029	8.056	-.112	33.612	2.079	19	.051

**Lampiran 6. (Lanjutan)****2. Ritel Modern : Indomaret****2.1 Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret****Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Keuntungan Sesudah Hadirnya Indomaret	4156206.90	29	1222209.398	226958.588
	Keuntungan Sebelum Hadirnya Indomaret	4094827.59	29	1147539.668	213092.767

**Paired Samples Correlations**

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Keuntungan Sesudah Hadirnya Indomaret & Keuntungan Sebelum Hadirnya Indomaret	29	.970	.000

**Lampiran 6. (Lanjutan)****Paired Samples Test**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Keuntungan Sesudah Hadirnya Indomaret - Keuntungan Sebelum Hadirnya Indomaret	61379.310	299233.833	55566.328	-52443.152	175201.773	1.105	28	.279

**Lampiran 6. (Lanjutan)****2.2 Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret****Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Pendapatan Sesudah Hadirnya Indomaret	6167241.38	29	1743471.284	323754.490
	Pendapatan Sebelum Hadirnya Indomaret	6150000.00	29	1608404.267	298673.174

**Paired Samples Correlations**

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Pendapatan Sesudah Hadirnya Indomaret & Pendapatan Sebelum Hadirnya Indomaret	29	.983	.000

**Lampiran 6. (Lanjutan)****Paired Samples Test**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Pendapatan Sesudah Hadirnya Indomaret - Pendapatan Sebelum Hadirnya Indomaret	17241.379	340240.425	63181.061	-112179.157	146661.915	.273	28	.787

**Lampiran 6. (Lanjutan)****2.3 Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Indomaret****Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Jumlah Pembeli Sesudah Hadirnya Suzuya	670.00	29	252.304	46.852
	Jumlah Pembeli Sebelum Hadirnya Suzuya	656.21	29	235.393	43.711

**Paired Samples Correlations**

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Jumlah Pembeli Sesudah Hadirnya Suzuya & Jumlah Pembeli Sebelum Hadirnya Suzuya	29	.985	.000

**Lampiran 6. (Lanjutan)****Paired Samples Test**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Jumlah Pembeli Sesudah Hadirnya Suzuya - Jumlah Pembeli Sebelum Hadirnya Suzuya	13.793	45.467	8.443	-3.502	31.088	1.634	28	.114

**Lampiran 6. (Lanjutan)****3. Ritel Modern : Alfamart****3.1 Keuntungan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart****Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Keuntungan Sesudah Hadirnya Alfamart	4142333.33	30	1348620.453	246223.281
	Keuntungan Sebelum Hadirnya Alfamart	4074333.33	30	1281945.406	234050.139

**Paired Samples Correlations**

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Keuntungan Sesudah Hadirnya Alfamart & Keuntungan Sebelum Hadirnya Alfamart	30	.991	.000

**Lampiran 6. (Lanjutan)****Paired Samples Test**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Keuntungan Sesudah Hadirnya Alfamart - Keuntungan Sebelum Hadirnya Alfamart	68000.000	189961.884	34682.136	-2932.933	138932.933	1.961	29	.060

**3.2 Pendapatan Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart****Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Pendapatan Sesudah Hadirnya Alfamart	6106666.67	30	1946535.974	355387.221
	Pendapatan Sebelum Hadirnya Alfamart	6031666.67	30	1867161.008	340895.401

**Lampiran 6. (Lanjutan)****Paired Samples Correlations**

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Pendapatan Sesudah Hadirnya Alfamart & Pendapatan Sebelum Hadirnya Alfamart	30	.995	.000

**Paired Samples Test**

		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower				Upper
Pair 1	Pendapatan Sesudah Hadirnya Alfamart - Pendapatan Sebelum Hadirnya Alfamart	75000.000	203685.864	37187.781	-1057.551	151057.551	2.017	29	.053

**Lampiran 6. (Lanjutan)****3.3 Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart****Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Jumlah Pembeli Sesudah Hadirnya Alfamart	679.17	30	275.155	50.236
	Jumlah Pembeli Sebelum Hadirnya Alfamart	663.33	30	251.030	45.832

**Paired Samples Correlations**

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Jumlah Pembeli Sesudah Hadirnya Alfamart & Jumlah Pembeli Sebelum Hadirnya Alfamart	30	.991	.000

**Lampiran 6. (Lanjutan)****Paired Samples Test**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Jumlah Pembeli Sesudah Hadirnya Alfamart - Jumlah Pembeli Sebelum Hadirnya Alfamart	15.833	42.550	7.769	-.055	31.722	2.038	29	.051

### Lampiran 7. Foto Kegiatan Penelitian



Lampiran 7. (Lanjutan)

