

SKRIPSI

**PENGARUH TOKO RITEL ALFAMART DITENGAH-
TENGAH USAHA TOKO KECIL DALAM PERSEPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM**

(Studi Kasus Di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten
Lampung Tengah)

OLEH :

LAILA MAUIZHATUL HASANAH

13103254



Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1439 H/2018 M**

**PENGARUH TOKO RITEL ALFAMART DITENGAH-
TENGAH USAHA TOKO KECIL DALAM PERSEPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM**

(Studi Kasus Di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten
Lampung Tengah)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.Esy)

Oleh:

LAILA MAUIZHATUL HASANAH

NPM. 13103254

Pembimbing I: Drs. Musnad Rozin, MH

Pembimbing II : Drs. H. M. Saleh, MA

Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1439 H/2018 M**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PERSAINGAN TOKO RITEL ALFAMART DI TENGAH-
TENGAH TOKO KECIL DALAM PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
NPM : 13103254
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)

Telah kami setujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I

Drs. H. Musnad Rozin, MH
NIP. 19540507 198603 1 002

Metro, 17 Desember 2017
Pembimbing II

Drs. H.M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyah
Sdri Laila Mauizhatul Hasanah

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara:

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
NPM : 13103254
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Judul : PERSAINGAN TOKO RITEL ALFAMART DI TENGAH-
TENGAH TOKO KECIL DALAM PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Drs. H. Musnad Rozin, MH
NIP. 19540507 198603 1 002

Metro, 7 Desember 2017
Pembimbing II

Drs. H.M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: 0266 /In.28.3/D/PP.00.9/01/2018

Skripsi dengan judul: PENGARUH TOKO RITEL ALFAMART DI TENGAH-TENGAH USAHA TOKO KECIL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah), disusun oleh LAILA MAUIZHATUL HASANAH, NPM 13103254, Jurusan Ekonomi Syari'ah (ESy), telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin, 15 Januari 2018.


TIM MUNAQOSYAH

Ketua/Moderator : Drs. H. Musnad Rozin, M.H.



(.....)

Penguji I : Nizaruddin, S.Ag, MH.



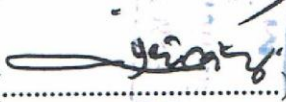
(.....)

Penguji II : Drs. H.M. Saleh, M.A.



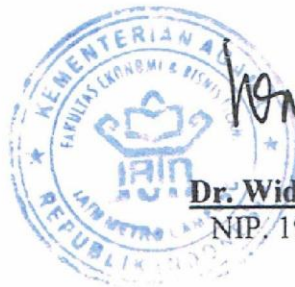
(.....)

Sekretaris : Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy



(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

Skripsi ini adalah hasil penelitian lapangan mengenai Pengaruh Toko Ritel Alfamart Ditengah-Tengah Usaha Toko Kecil Dalam Persepektif Etika Bisnis Islam studi kasus di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah.

Dengan latar belakang Setiap perorangan maupun kolektif memiliki kebebasan untuk berusaha mendapatkan harta dan mengembangkannya. Namun kebebasan tersebut tidak boleh melanggar aturan-aturan yang telah digariskan Allah SWT, dalam Al-Qur'an maupun Al-Hadis.

Sebagai tempat berbelanja, toko kecil merupakan salah satu tempat usaha kebutuhan barang pokok yang diminati banyak orang, karena jaraknya tidak terlalu jauh dari rumah dan sangat menguntungkan bagi para pemilik toko. Hasil yang mencukupi untuk kebutuhan hidup para pemilik membuat kualitas usaha toko kecil banyak diminati orang sebagai salah satu usaha rumahan. Dengan adanya usaha ini, pemilik bisa memenuhi kebutuhan-kebutuhan sehari-hari, bahkan bisa menopang perekonomian dalam keluarga.

Namun sekarang ini usaha toko kecil mulai tersingkirkan oleh toko-toko modern yang lebih besar seperti Alfamart, Indomart, Putra Baru (PB) dan lain sebagainya. Hal ini dapat dilihat dari Perkembangan perekonomian yang pesat akhir-akhir ini telah menghasilkan berbagai jenis dan variasi.

Mulanya bisnis ritel modern ini hanya menjangkau kota-kota besar di Indonesia, namun seiring kemajuan teknologi dan kebutuhan ekonomi yang semakin meningkat, saat ini ritel modern telah menjangkau konsumen secara langsung hingga kepedesaan, tidak dapat dipungkiri bahwasanya hampir disetiap tempat strategis telah berdiri ritel modern.

Selain itu, retail tradisional yang berada di wilayah pedesaan maupun pemukiman rakyat pun terkena imbasnya yang berhadapan langsung dengan ritel modern tersebut. Persaingan diantara keduanya pun tidak terhindari. Menjamurnya ritel modern membawa dampak buruk terhadap keberadaan ritel tradisional. seperti yang terjadi di Desa Karang Endah Lampung-Tengah. Salah satu dampak nyata dari kehadiran adanya swalayan Alfamart (ritel modern) di tengah-tengah ritel tradisional di Desa Karang Endah Lampung-Tengah adalah menurunnya omzet dari pedagang kecil.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui secara mendalam bagaimana Pengaruh Keberadaan Ritel Alfamart Terhadap Toko Kecil sekitarnya Dalam Persepektif Etika Bisnis Di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung-Tengah.

Adapun jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan, dimana data yang dikumpulkan diperoleh melalui observasi dan wawancara. Kemudian, data yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif dengan cara berfikir induktif, yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum. yang berkaitan dengan adanya ritel Alfamart di

tengah-tengah usaha toko kecil di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung-Tengah.

Dari penelitian ini, disimpulkan bahwa Pendapat pemilik usaha toko kecil terhadap Ritel Alfamart di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah, Keberadaan Alfamart menyebabkan pendapatan serta keuntungan yang diperoleh toko-toko kecil menurun. Sebab, para konsumen lebih memilih membeli di Alfamart karena lebih nyaman dan banyak pilihan.

Dengan demikian, maka dalam Persepektif Etika Bisnis Islam usaha swalayan Alfamart di tengah-tengah usaha Toko kecil di Desa Karang Endah Kec. Terbanggi Besar Kab. Lampung Tengah, bertentangan dengan yang ditentukan etika bisnis dalam Islam. Yaitu, dalam konsep etika bisnis dalam Islam mewujudkan keadilan, keseimbangan Serta kejujuran dalam melindungi kepentingan individu dan masyarakat dalam berbisnis.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah

Npm : 13103254

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 17 Desember 2017

METERAI
TEMPEL
BAF3BAEF658999140
6000
ENAM RIBU RUPIAH



Yang menyatakan

Laila Mauizhatul Hasanah
NPM. 13103254

HALAMAN MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا (النساء: ٢٩)

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu".

(Surat An-Nisa' 29).

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan hati yang tulus dan penuh rasa kasih sayang yang tiada terkira kepada Allah SWT. Yang telah memberikan nikmatnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan sebagai bukti rasa syukur, skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta, ibu Mardiyah dan bapak Suhardi M.Pd.I yang telah berjuang, berkorban untuk memberikan yang terbaik dan tak henti-hentinya memberikan do'a serta dukungan dengan penuh kasih sayang.
2. Kakak ku Wahidatun Novi Yanti, S.Pd.I, dan Imam Hambali yang selalu memberikan do'a.
3. Adik ku Nailul Hidayatul Fu'ikah yang selalu memberikan semangat.
4. Nenek parti yang selalu memberikan do'a.
5. Untuk saudara-saudara ku yang telah memberikan semangat dan do'anya.
6. Seseorang yang berarti Cholilul Umam yang selalu ada serta memberikan semangat dan dukungan.
7. Teman-temanku di jurusan Ekonomi Syari'ah angkatan 2013.
8. Untuk seluruh keluarga besar Yayasan Miftahul Huda Nambah Dadi yang telah memberikan do'a.
9. Almamaterku IAIN Metro yang telah memberiku tempat serta kesempatan untuk belajar dan mengetahui banyak ilmu.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Skripsi ini penulis susun guna di Munaqosyahkan dalam rangka penulisan Skripsi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, atas persetujuan Skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Kedua Orang Tua yang telah memberikan dukungan materi maupun non materi dalam penyusunan proposal ini.
2. Rektor Institut Agama Islam Negri (IAIN) Metro Prof. Enizar, M.Ag.
3. Drs. Hi. Musnad Rozin, MH. sebagai Dosen Pembimbing I, Drs. H. M. Saleh, MA. sebagai Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberi arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
4. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang telah memberikan ilmu baik di dalam perkuliahan maupun di luar perkuliahan.
5. Rekan-rekan Ekonomi Syariah angkatan 2013 yang telah memberi motivasi dalam menyelesaikan Skripsi ini

Atas segala bantuan dan bimbingan dari semua pihak, penulis ucapkan terimakasih semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan dan jasa-jasa mereka. Aamiin

Metro, 27 Desember 2017
Penulis



LAILA MAUIZHATUL HASANAH
NPM. 13103254

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS.....	viii
HALAMAN MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
A. Pertanyaan Penelitian	7
B. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
C. Penelitian Relevan	8
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Bisnis Ritel Pengertian bisnis ritel.....	11
Ritel Modern	11
Ritel Tradisional.....	16
Etika Bisnis	
Pengertian Etika Bisnis.....	17
Prinsip-Prinsip Etika Bisnis.....	19
Pengertian Persaingan Bisnis.....	24

Jenis-Jenis Persaingan Bisnis	26
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Bisnis	28
Ketentuan Peraturan Persaingan Bisnis	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Dan Sifat Penelitian.....	35
Sumber Data.....	36
Teknik Pengumpulan Data.....	37
Teknis Analisis Data	39

BAB IV HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian.....	42
Gambaran umum tentang lokasi penelitian.....	42
Sejarah Alfamart	42
Promosi	44
Visi, misi, budaya dan motto Alfamart	45
Struktur organisasi alfamart	46
Ritel alfamart di tengah-tengah usaha toko kecil di desa karang endah kecamatan terbanggi besar kabupaten lampung tengah 50	
Analisis Persaingan Alfamart dengan Toko Kecil dalam Persepektif Etika Bisnis Islam di Desa Karang Endah Lampung Tengah	57

BAB V PENUTUP

Kesimpulan	60
Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam sebagai agama yang lengkap dan sempurna telah meletakkan kaidah-kaidah dasar dan aturan dalam semua sisi kehidupan manusia baik dalam ibadah dan juga muamalah (hubungan antar makhluk). Muamalah adalah sendi kehidupan dimana setiap Muslim akan diuji nilai keagamaan dan kehati-hatiannya, serta konsistensinya dalam ajaran-ajaran Allah SWT. Sebagaimana diketahui harta adalah saudara kandung dari jiwa (ruh), yang didalamnya terdapat berbagai godaan dan rawan penyelewengan.¹

Secara sederhana bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih terorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kegiatan bisnis meliputi semua aspek kegiatan untuk menyalurkan barang dan jasa melalui saluran produktif, dari membeli bahan baku (bahan mentah) sampai dengan menjual barang jadi.²

Persaingan bisnis merupakan cara atau upaya yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memenangkan suatu persaingan dan mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam situasi persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam persaingan bisnis tetap harus bersaing secara sehat dan harus mematuhi etika berbisnis sesuai ajaran islam, agar tidak terjerumus

¹ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2015), h. 8

² Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta:PT Raja grafindo Persada, 2009), h. 5.

pada lembah dosa dan usaha yang dijalankan mendapatkan ridho dari Allah SWT.

Menurut pandangan Islam bisnis merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam masalah muamalah, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Dalam hukum muamalat, Islam mempunyai prinsip-prinsip yang dirumuskan bahwa pada dasarnya segala bentuk muamalah adalah mubah kecuali yang sudah ditentukan oleh al-Qur'an dan Sunnah, dilakukan atas dasar sukarela tanpa mengandung unsur paksaan. Muamalat juga dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindarkan mudharat dalam hidup bermasyarakat serta dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan, menghindari unsur penganiayaan, unsur pengambilan kesempatan. Seperti yang tercantum dalam Surat An-Nisa' ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء: ٢٩)

Artinya; “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu”. (Surat An-Nisa' 29).³

Berdasarkan bunyi ayat di atas dapat dipahami bahwa terdapat hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual

³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta: JAMUNU, 1969), 122.

beli, dalam ayat ini Allah SWT mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan segala bentuk transaksi lainnya dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak diperbolehkan oleh syari'at.

Setiap perorangan maupun kolektif memiliki kebebasan untuk berusaha mendapatkan harta dan mengembangkannya. Namun kebebasan tersebut tidak boleh melanggar aturan-aturan yang telah digariskan Allah SWT, dalam Al-Qur'an maupun Al-Hadis. Dengan demikian kebebasan tersebut sifatnya tidak mutlak.⁴

Sebagai tempat berbelanja, toko kecil merupakan salah satu tempat usaha kebutuhan barang pokok yang diminati banyak orang, karena jaraknya tidak terlalu jauh dari rumah dan sangat menguntungkan bagi para pemilik toko. Hasil yang mencukupi untuk kebutuhan hidup para pemilik membuat kualitas usaha toko kecil banyak diminati orang sebagai salah satu usaha rumahan. Dengan adanya usaha ini, pemilik bisa menyekolahkan anak, memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang lainnya, bahkan bisa menopang perekonomian dalam keluarga.

Persaingan saat ini semakin mengarah ke persaingan antar jenis, atau antara toko yang berbeda jenisnya. Kita juga melihat persaingan antara peritel toko dengan peritel tanpa toko, toko diskon, ruang pameran katalog, dan toko serba ada bersaing untuk memperoleh konsumen yang sama. Persaingan antar jenis superstor dengan toko-toko kecil yang dimiliki secara independent juga

⁴ Mustafa Edwin Nasution, dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), 79-80.

semakin meningkat. Oleh karena daya beli mereka yang besar, jaringan memperoleh syarat perdagangan yang lebih menguntungkan daripada toko-toko kecil independent. Toko-toko jaringan yang semakin luas juga memungkinkan mereka untuk menempatkan berbagai tambahan layanan seperti cafe dan kamar mandi bagi para pelanggan.

Dibanyak lokasi, kedatangan toko-toko super memaksa toko-toko independent didekatnya bangkrut. Namun, tidak semuanya menjadi kabar buruk bagi perusahaan-perusahaan kecil. Banyak juga pengecer independent yang mampu bertahan.⁵

Namun sekarang ini usaha toko kecil mulai tersingkirkan oleh toko-toko modern yang lebih besar seperti Alfamart, Indomart, Putra Baru (PB). Hal ini dapat dilihat dari Perkembangan perekonomian yang pesat akhir-akhir ini telah menghasilkan berbagai jenis dan variasi. Seperti Industri ritel. Industri ritel, merupakan industri yang strategis dalam kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia khususnya masyarakat Indonesia. Pada perkembangannya, kini bisnis ritel di Indonesia mulai bertransformasi dari bisnis ritel tradisional menuju bisnis ritel modern.

Mulanya bisnis ritel modern ini hanya menjangkau kota-kota besar di Indonesia, namun seiring kemajuan teknologi dan kebutuhan ekonomi yang semakin meningkat, saat ini ritel modern telah menjangkau konsumen secara

⁵ Sopiah, Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), h. 112-113

langsung hingga kepedesaan, tidak dapat dipungkiri bahwasanya hampir disetiap tempat strategis telah berdiri ritel modern.

Pertumbuhan ritel di Indonesia berada di urutan ketiga setelah India dan China sebagai negara yang memiliki pertumbuhan bisnis ritel terbaik di kawasan Asia. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan 2011, tercatat ada 15.000 pasar rakyat dan 2,5 juta toko atau warung milik perseorangan dengan modal kecil. Sedangkan jumlah pasar swasta sebanyak 14,250 unit, yang terdiri atas 11.927 minimarket, 1.146 supermarket, 141 hypermarket dan 26 perkulakan swasta.⁶

Industri ritel dapat dikategorikan menjadi industri yang merupakan hajat hidup orang banyak karena penduduk Indonesia menggantungkan hidupnya dengan berdagang. Dengan karakteristik industri ritel yang tidak membutuhkan keahlian khusus serta pendidikan tinggi untuk menekuninya, maka banyak rakyat Indonesia terutama yang tergolong dalam kategori UKM masuk dalam industri ritel ini. Dalam perkembangannya, justru pedagang-pedagang kecil inilah yang mendominasi jumlah tenaga kerja dalam industri ritel di Indonesia. Pedagang-pedagang ini menjelma menjadi pedagang pasar tradisional, pedagang toko kelontong bahkan masuk ke industri informal yaitu Pedagang Kaki Lima (PKL). Kemudian, peretail-peretail asing mulai berdatangan dan meramaikan industri ritel Indonesia. Peretail asing sangat aktif dan sangat agresif hingga masuk ke wilayah pemukiman rakyat untuk

⁶ Serfianto, Purnomo Cita Yustisia Serfiyani, Iswi Hariyani, *Sukses Bisnis Ritel Modern*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo KOMPAS GRAMEDIA), h. 1-2.

melakukan investasi terutama dalam skala besar seperti Carrefour, Alfamart, dan Indomaret.⁷

Selain itu, retail tradisional yang berada di wilayah pedesaan maupun pemukiman rakyat pun terkena imbasnya yang berhadapan langsung dengan ritel modern tersebut. Persaingan diantara keduanya pun tidak terhindari. Menjamurnya ritel modern membawa dampak buruk terhadap keberadaan ritel tradisional. seperti yang terjadi di Desa Karang Endah Lampung-Tengah. Salah satu dampak nyata dari kehadiran adanya swalayan Alfamart (ritel modern) di tengah-tengah ritel tradisional di Desa Karang Endah Lampung-Tengah adalah merasa keberatannya masyarakat terutama para pemilik toko kecil dan menurunnya omzet dari pedagang tersebut.

Keuntungan merupakan faktor penting bagi pengusaha toko kecil demi menjaga kelangsungan usaha mereka. Hasil dari usaha yang mereka peroleh nantinya dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari dan biaya usaha mereka ke depannya. Apabila jumlah pengunjung toko kecil dan keuntungan dari usaha mereka berkurang maka akan timbul dampak keberadaan alfamart terhadap toko kecil disekitarnya. Berdasarkan permasalahan atau latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH TOKO RITEL ALFAMART di TENGAH-TENGAH USAHA TOKO KECIL DALAM PERSEPEKTIF ETIKA BISNIS”** (Studi Kasus: Di Desa Karang Endah Kec. Terbanggi Besar Kab Lampung Tengah).

⁷ <http://www.scribd.com/doc/37981325/Positioning-Paper-Ritel>. Utl, di unduh pada 10 juli 2017

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka selanjutnya diperlukan adanya pertanyaan penelitian secara praktis dan efisien dan untuk membuat pembahasan ini lebih fokus, maka penulis membuat pertanyaan Bagaimana Pengaruh Keberadaan Ritel Alfamart Terhadap Toko Kecil Sekitarnya Dalam Persepektif Etika Bisnis Di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung-Tengah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui secara mendalam bagaimana Pengaruh Keberadaan Ritel Alfamart Terhadap Toko Kecil Dalam Persepektif Etika Bisnis Di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung-Tengah.

mempertegas manfaat hasil penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini sekurang-kurangnya dalam dua aspek, yaitu:

1. Aspek Teoritis
 - a. Dapat memberikan wawasan keilmuan kepada pembaca.
 - b. Berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang semakin berkembang.
 - c. Untuk menguji kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang sudah diterima selama di bangku kuliah.

2. Aspek praktis

- a. Dapat dijadikan bahan pedoman penelitian selanjutnya bila kebetulan ada titik singgung dengan masalah ini.
- b. Dapat digunakan sebagai alternatif jawaban para pelaku ekonomi terutama masyarakat Di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung-Tengah.
- c. Dapat dimanfaatkan sebagai pedoman masyarakat dalam pembinaan kehidupan beragama ketika menghadapi permasalahan yang seperti ini nantinya.

D. Penelitian Relevan

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (prior research) tentang persoalan yang akan dikaji. Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan peneliti sebelumnya.⁸

Hal-hal yang akan dijadikan sumber penelitian yaitu persaingan bisnis dalam Ekonomi Islam, seperti yang terlihat pada skripsi Roisun, Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Islam STAIN Metro 2013, Yang Berjudul “Keberadaan Minimarket Waralaba Terhadap Persaingan Bisnis Dalam Persepektif Etika Bisnis”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persaingan bisnis antara minimarket waralaba dengan pedagang dikelurahan Banjarsari kecamatan Metro Utara tahun 2012. Hasil penelitian menunjukkan

⁸ Zuhairi, Et,Al. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi* STAIN Jurai Siwo Metro, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 39.

bahwa persaingan yang terjadi antara pedagang dan minimarket telah sesuai dengan peraturan yang berlaku dan tidak ada kegiatan yang melanggar etika bisnis baik yang diatur dalam undang-undang maupun dalam prinsip-prinsip etika dalam islam.⁹

Terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Tri Widayati Ningsih, Jurusan Syari'ah Prodi Ekonomi Islam STAIN Metro 2012, Yang Berjudul "*Persaingan Bisnis Tradisional Dengan Bisnis Retail Di Kauman Kota Gajah*". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persaingan bisnis tradisional dengan bisnis retail di Kauman Kota Gajah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agar mampu bersaing dengan bisnis retail, bisnis tradisional harus dikonsepsi ulang sehingga mampu menjadi pesaing yangimbang bagi bisnis yang lebih besar dan modern. Dimana untuk menjadi yang demikian hal yang harus ditonjolkan adalah pada pelayanan dan memberikan kepuasan kepada konsumen.¹⁰

Terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Nur Handayani, Jurusan Syari'ah Dan Ekonomi Islam Prodi Ekonomi Syari'ah STAIN Metro 2016, Yang Berjudul "*Pengaruh Keberadaan Giant Ekspres Terhadap Persaingan Bisnis Dengan PB Swalayan Metro*". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keberadaan Giant Ekspres terhadap persaingan bisnis dengan PB Swalayan Metro. hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh keberadan Giant Ekspres terhadap persaingan bisnis dengan PB Swalayan

⁹ Roisun, Keberadaan Minimarket Waralaba Terhadap Persaingan Bisnis Dalam Persepektif Bisnis Islam, (Skripsi IAIN Metro: 2013), H. 5.

¹⁰ Tri Widayati Ningsih, *Persaingan Bisnis Tradisional Dengan Bisnis Retail Di Kauman Kota Gajah*, (Skripsi IAIN Metro: 2013), h. 7.

Metro ternyata menimbulkan persaingan usaha yang baik atau persaingan usaha yang sehat, karena sebagai pendatang baru dalam bisnis retail di Kota Metro Giant Ekspres telah mengikuti aturan dalam berbisnis dengan tidak merusak harga pasar dan tidak menjatuhkan persaingan.¹¹

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian memiliki kajian yang sama dengan penelitian terdahulu, yaitu sama-sama membahas persaingan bisnis. Sedangkan perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini membahas tentang pengaruh persaingan bisnis yang terjadi antara Alfamaret dengan usaha toko kecil di desa Karang Endah.

¹¹ Nur Handayani, *Pengaruh Keberadaan Giant Ekspres Terhadap Persaingan Bisnis Dengan PB Swalayan Metro*, (Skripsi IAIN Metro: 2016), h. 14.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bisnis Ritel

1. Pengertian Bisnis Ritel

Bisnis ritel merupakan suatu bisnis menjual barang dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau pengguna akhir lainnya. Bisnis ritel memberikan banyak kontribusi dalam menyerap tenaga kerja sehingga bisa mengurangi angka pengangguran. Disamping itu, bisnis ritel di Indonesia merupakan lokomotif yang menggerakkan sektor properti dan perdagangan.¹²

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diartikan juga bahwa Bisnis ritel merupakan kegiatan usaha menjual aneka barang atau jasa untuk konsumsi langsung atau tidak langsung dan merupakan bagian terakhir dari proses distribusi suatu barang atau jasa yang bersentuhan langsung dengan konsumen.

2. Bisnis Ritel Modern

Ritel modern atau toko modern (*modern store*) adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri atau swalayan sistem harga pasti (tanpa tawar-menawar), dan menjual berbagai jenis produk secara ritel/eceran. Toko modern dapat berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *department store*,

¹² Sopiah, Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2008), h.

hypermarket, speciality store, dan perkulakan /grosir. Toko modern dan pusat perbelanjaan merupakan bagian dari pasar modern.¹³

Minimarket dalam peraturan perundang-undangan termasuk dalam pengertian “toko modern”. Peraturan mengenai toko modern diatur dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia (perpres) No. 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Perpres 112/2007 tersebut selanjutnya dijabarkan lebih lanjut dalam peraturan menteri perdagangan RI Nomer 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang pedoman penataan dan pembinaan toko modern dan pusat perbelanjaan selanjutnya juga diatur dalam sejumlah peraturan daerah.¹⁴

Batas luas lantai penjualan toko modern adalah sebagai berikut:

- a) Minimarket, kurang dari 400 m²
- b) Supermarket, 400 m² sampai dengan 5.000 m²
- c) Hypermarket, diatas 5.000 m²
- d) Departemen store, diatas 400 m²
- e) Grosir/perkulakan, diatas 5.000 m²

Pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib memenuhi sejumlah persyaratan sebagai berikut:

- a) Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, dan keberadaan UMKM yang ada diwilayah yang bersangkutan.

¹³ Serfianto, Purnomo Cita Yustisia Serfiyani, Iswi Hariyani, *Sukses Bisnis Ritel Modern*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Gramedia Group,2013), h. 27.

¹⁴*Ibid.*

- b) Memperhatikan jarak antara Hypermarket dan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya.
- c) Menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 unit kendaraan roda empat setiap 60 m² luas lantai penjualan pusat perbelanjaan dan/atau toko modern. Penyediaan areal parkir dapat dilakukan berdasarkan kerja sama antara pengelola pusat perbelanjaan dan/ toko modern dengan pihak lain.
- d) Menyediakan fasilitas yang menjamin pusat perbelanjaan dan toko modern yang bersih, sehat, aman, tertib, dan ruang lingkup publik yang nyaman.

Jam kerja atau jam oprasional hypermarket, departement store dan supermarket terbatas (dibatasi), dan tidak boleh buka hingga 24 jam seperti halnya minimarket. Untuk hari senin sampai dengan jum'at batas jam kerjanya adalah pukul 10.00 sampai dengan pukul 22.00 waktu setempat. Untuk hari sabtu dan minggu, pukul 10.00 sampai dengan pukul 23.00 waktu setempat.

Macam-macam toko modern diantaranya adalah:¹⁵

a) Supermarket

Adalah toko modern yang menjual segala macam kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, dan barang kebutuhan konsumen seperti sabun mandi, pasta gigi, tisu dan lain-lain. Supermarket memiliki luas lantai penjualan 400 m² hingga 5.000 m² sehingga lebih luas dari

¹⁵ *Ibid*, h. 30-37.

minimarket namun lebih kecil dari hypermarket. Contoh supermarket antara lain: Hero, Super Indo, Matahari, dan lain-lain.

b) Minimarket

Adalah toko modern berukuran lebih kecil dari supermarket yang menjual berbagai barang (makanan, minuman, perlengkapan sehari-hari) namun tidak selengkap dan sebesar supermarket. Minimarket mempunyai luas lantai penjualan di bawah 400 m².

Berbeda dengan toko klontong, minimarket menerapkan sistem pelayanan mandiri (swalayan), dimana pembeli dapat mengambil sendiri barang dari rak-rak dagangan dan membayarnya dikasir. Contoh minimarket berbentuk misalnya, Indomart, Alfamart, Alfamidi, Star mart dan lain-lain.

c) Department store

Adalah toko eceran modern yang bersekala besar yang pengelolaannya dipisah dan dibagi menjadi bagian-bagian atau departemen-departemen yang menjual macam barang yang berbeda-beda. bagian-bagian tersebut misalnya bagian pakaian wanita, pakaian anak-anak, dan lain-lain. Department store mempunyai luas lantai penjualan diatas 400 m² sehingga hampir sama dengan supermarket. Contoh department store misalnya Matahari, Ramayana, Robinson dan lain-lain.

d) Hypermarket

Adalah jenis toko modern yang memiliki luas lantai penjualan lebih dari 5.000 m² sehingga lebih luas dibandingkan supermarket. hypermarket

mempunyai persyaratan luas lantai penjualan yang sama dengan perkulakan/grosir, namun perbedaannya jumlah dan jenis barang yang dijual di Hypermarket sangat besar (lebih dari 50.000 item) dan meliputi banyak jenis produk. Contoh Hypermarket antara lain adalah Hypermarket Giant, dan Carrefour.

e) Perkulakan atau grosir

Adalah sarana tempat usaha untuk melakukan pembelian berbagai macam barang dalam partai besar dari berbagai pihak dan menjual barang tersebut dalam partai besar sampai pada subdistributor dan satu pedagang eceran. Contoh perkulakan/grosir adalah Indo grosir, Goro, dan Makro. Perkulakan makro dari belanda saat ini sudah diambil alih oleh Lotte Mart dari korea selatan.

f) Speciality Store (toko produk khusus)

Adalah toko modern yang menjual produk tertentu yang bersifat khusus. Contoh *Speciality Stores* yang ada di Indonesia misalnya toko buku Gramedia dan TriMedia, toko elektronik Electronic City dan Electronic Solution, toko bahan bangunan Depo Bangunan, toko musik Discarra, toko obat/apotik Guardian, toko perlengkapan bayi cindy & Nikita, toko perlengkapan rumah tangga ACE Hardwere, dan lain-lain.

Perpres 112/2007 dan permendag 53/2008 tidak mengatur batasan luas lantai penjualan *Speciality Store*. Namun demikian, karena *Speciality Store* ada yang luasnya menyamai hypermarket, supermarket atau minimarket, maka pengaturannya harus disesuaikan dengan luas lantai

penjualan yang dimilikinya. Jadi kalau misalnya luasnya sama dengan supermarket maka *Speciality Store* tersebut dianggap sama dengan supermarket.

3. Bisnis Ritel Tradisional

Pasar Tradisional/ritel tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara (BUMN) dan badan usaha milik daerah (BUMD) termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, pedagang menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.¹⁶

Pasar tradisional antara lain diatur Peraturan Presiden Nomer 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern (perpres 112/2007) serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomer 53 tahun 2008 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern (permendag 53/2008).

¹⁶ *Ibid*, h. 7.

B. Etika Bisnis

1. Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari kata Yunani *ethos* (tunggal) yang berarti adat, kebiasaan, watak, akhlak, sikap, perasaan, dan cara berpikir bentuk jamaknya *ta etha*. Sebagai bentuk jamak dari *ethos*, *ta etha* berarti adat kebiasaan atau pola pikir yang dianut oleh suatu kelompok orang yang disebut masyarakat atau pola tindakan yang dijunjung tinggi dan dipertahankan oleh masyarakat tersebut. Bentuk jamak inilah yang menjadi acuan dengannya istilah etika yang dipakai dalam sejarah peradaban manusia hingga saat ini tercipta. Etika adalah *ta etha* atau adat kebiasaan yang baik yang dipertahankan, dijunjung tinggi, dan diwariskan secara turun temurun.¹⁷

Etika merupakan gambaran rasional mengenai hakikat dasar perbuatan dan keputusan yang benar serta prinsip-prinsip dan perbuatan serta keputusan tersebut secara moral diperintahkan dan dilarang. Etika juga dapat diartikan memperhatikan tingkah laku manusia dalam pengambilan keputusan moral dan standar-standar moral yang mengatur perilaku manusia, bagaimana bertindak dan mengharapkan orang lain bertindak.¹⁸

Dapat diartikan Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi

¹⁷ Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pembisnis Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Pustaka, 2010), h. 3.

¹⁸ *Ibid*, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Dalam Era Globalisasi*, h. 113

akan diterima. Dimana sangsi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.¹⁹

Dari sudut pandang isinya, al-Qur'an lebih banyak membahas tema-tema tentang kehidupan manusia baik pada tataran individual maupun kolektivitas. Adapun mengenai etika dalam al-Qur'an yang berhubungan dengan etika secara langsung adalah *al-khuluq*. *Al-khuluq* dari kata dasar *khaluqa-khuluqan*, yang berarti, tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, kesatriaan. Dalam kamus umum bahasa Indonesia etika adalah pengkajian soal moralitas.²⁰

Etika merupakan gambaran rasional mengenai hakikat dasar perbuatan dan keputusan yang benar serta prinsip-prinsip yang menentukan klaim bahwa perbuatan dan keputusan tersebut secara moral diperintahkan dan dilarang. Sementara itu, di sisi lain, istilah etika diartikan memperhatikan tingkah laku manusia dalam pengambilan keputusan moral dan standar-standar moral yang mengatur perilaku manusia, bagaimana bertindak dan mengharapkan orang lain bertindak. Etika pada dasarnya merupakan dialektika antara kebebasan dan tanggung jawab, antara tujuan yang hendak dicapai dan cara untuk mencapai tujuan itu. Etika memang tidak datang dari ruang hampa, melainkan melalui evolusi masyarakat yang bersangkutan dalam mengembangkan realitas sosialnya. Dengan kata lain, etika terikat budaya (culture-bound) yang berkembang secara inheren dalam budaya, tepatnya dalam filsafat atau pandangan hidup suatu masyarakat. Sementara

¹⁹ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, Dan Solusi*, (Bandung:Alfabeta,2013), h. 3

²⁰ Pius A. Partanto dan Dahlan Al Birry, *Kamus Ilmiah Indonesia*, (Surabaya: Arkola, t.t.), h. 161.

K. Bertens dalam buku Etika yang dikutip oleh Muhammad dan Lukman Fauzoni merumuskan pengertian etika pada tiga pengertian; pertama, etika digunakan dalam pengertian nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Kedua, etika dalam pengertian kumpulan asas atau nilai moral atau kode etik. Ketiga, etika sebagai ilmu tentang yang baik dan yang buruk.²¹

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Pandangan Islam tentang manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat direpresentasikan dengan empat aksioma etik yaitu, kesatuan (*Tauhid*), keseimbangan (*Equilibrium*), kehendak bebas (*Free Will*), serta tanggung jawab (*Responsibility*) yang bersama-sama membentuk perangkat yang tak dapat dikurangi. Masing-masing aksioma ini dijabarkan secara beragam dalam sejarah manusia, tapi suatu konsensus yang luas telah berkembang pada masa kita sendiri tentang makna komulatifnya bagi perspektif sosial ekonomi muslim.²²

a. Kesatuan (Tauhid)

Sistem etika islam yang meliputi kehidupan manusia di bumi secara keseluruhan, selalu tercermin dalam konsep tauhidullah (pemahaesaan Allah) yang dalam pengertian absolut, hanya berhubungan dengan tuhan.

²¹ Suhrawardi K. Lubis, *Etika Profesi Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2006), h. 1-2.

²² Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 37.

Tauhid atau kesatuan merupakan konsep serba eksklusif dan sekaligus serba inklusif. Pada tingkat absolut ia membedakan al-khaliq dengan makhluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat oleh semua makhluk kepada kehendaknya. Dalam pengertian yang lebih dalam, konsep tauhid merupakan dimensi vertikal islam.

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Sebagai tambahan terhadap dimensi vertikal adalah al-'adl (keseimbangan), yang dalam pengertian lebih mendalam menunjukkan suatu imbang daya keseimbangan. Pada sifat mutlak, ini merupakan sifat tertinggi Allah yang mengingkarinya berarti merupakan pengingkaran pula terhadap-Nya. Pada tingkat yang relatif, sifat keseimbangan juga harus menandai semua ciptaan Nya yang harus mencerminkan sifat-sifat Nya.

c. Kehendak Bebas

Salah satu kontribusi islam yang paling orisinal dalam filsafat sosial termasuk sosial ekonomi adalah konsep mengenai manusia bebas. Maksudnya hanya tuhanlah yang mutlak bebas, tetapi dalam batas-batas skema penciptaan Nya manusia juga secara relatif bebas. Berlawanan dengan apa yang disebar- luaskan oleh kalangan non muslim, menurut islam manusia itu tidak diikat dengan takdir dalam arti harfiah. Setelah diberi kecakapan untuk memilih ia memiliki kemerdekaan untuk menjadi seperti Tuhan dengan mewujudkan sifat teomorfisnya guna

memanfaatkan kehendak bebasnya. Tentu saja kebebasan yang tetap dipandu oleh kebenaran mutlak kalam Allah dan sunnatullah.

d. Pertanggung Jawaban

Yang secara logis berhubungan dengan kehendak bebas adalah aksioma pertanggung jawaban. Allah menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan membuatnya bertanggung jawab atas semua yang ia lakukan.²³

Adapun etika bisnis Islam tersebut antara lain:²⁴

a. Shidiq (Jujur)

Seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli. Jujur dalam arti luas. Tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak bekhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas berdosa, jika biasa dilakukan dalam berdagang juga akan mewarnai dan berpengaruh negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga pedagang itu sendiri. Bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan yang seperti itu akan mewarnai dan mempengaruhi kehidupan bermasyarakat.

b. Amanah (Tanggung jawab)

Setiap pedagang harus bertanggung jawab atas usaha dan pekerjaan dan atau jabatan sebagai pedagang yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung

²³ Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Katalog Dalam Terbitan KDT, 2008), h. 306-307

²⁴ Suryadhie, "Etika Perdagangan Islam" <http://suryadhie.wordpress.com/2007/07/04/islam-arti-kel-umum/>, diunduh pada tanggal 25 September 2017

jawab di sini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memang secara otomatis terbeban di pundaknya.

Sudah kita singgung sebelumnya bahwa dalam pandangan Islam setiap pekerjaan manusia adalah mulia. Berdagang, berniaga dan atau jual beli juga merupakan suatu pekerjaan mulia, lantaran tugasnya antara lain memenuhi kebutuhan seluruh anggota masyarakat akan barang dan atau jasa untuk kepentingan hidup dan kehidupannya.

Dengan demikian, kewajiban dan tanggung jawab para pedagang antara lain: menyediakan barang dan atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta kegunaan dan manfaat yang memadai. Dan oleh sebab itu, tindakan yang sangat dilarang oleh Islam sehubungan dengan adanya tugas, kewajiban dan tanggung jawab dan para pedagang tersebut adalah menimbun barang dagangan.

Menimbun barang dagangan dengan tujuan meningkatkan permintaan dengan harga selangit sesuai keinginan penimbun barang, merupakan salah satu bentuk kecurangan dari para pedagang dalam rangka memperoleh keuntungan yang berlipat ganda.

Menimbun barang dagangan terutama barang-barang kebutuhan pokok dilarang keras oleh Islam. Sebab, perbuatan tersebut hanya akan menimbulkan kerusuhan dalam masyarakat. Dan dalam prakteknya, penimbunan barang kebutuhan pokok masyarakat oleh sementara pedagang akan menimbulkan atau akan diikuti oleh berbagai hal yang negatif seperti; harga-harga barang di pasar melonjak tak terkendali,

barang-barang tertentu sulit didapat, keseimbangan permintaan dan penawaran terganggu, munculnya para spekulan yang memanfaatkan kesempatan dengan mencari keuntungan di atas kesengsaraan masyarakat dan lain sebagainya.

c. Tidak Menipu

Dalam suatu hadits dinyatakan, seburuk-buruk tempat adalah pasar. Hal ini lantaran pasar atau termpat di mana orang jual beli itu dianggap sebagai sebuah tempat yang di dalamnya penuh dengan penipuan, sumpah palsu, janji palsu, keserakahan, perselisihan dan keburukan tingkah polah manusia lainnya.

Oleh sebab itu, Rasulullah SAW selalu memperingatkan kepada para pedagang untuk tidak mengobral janji atau berpromosi secara berlebihan yang cenderung mengada-ngada, semata-mata agar barang dagangannya laris terjual, lantaran jika seorang pedagang berani bersumpah palsu, akibat yang akan menimpa dirinya hanyalah kerugian.

d. Menepati Janji

Seorang pedagang juga dituntut untuk selalu menepati janjinya, baik kepada para pembeli maupun di antara sesama pedagang, terlebih lagi tentu saja, harus dapat menepati janjinya kepada Allah SWT.

Janji yang harus ditepati oleh para pedagang kepada para pembeli misalnya; tepat waktu pengiriman, menyerahkan barang yang kualitasnya, warna, ukuran dan atau spesifikasinya sesuai dengan perjanjian semula, garansi dan lain sebagainya. Sedangkan janji yang

harus ditepati kepada sesama para pedagang misalnya; pembayaran dengan jumlah dan waktu yang tepat.

e. Murah Hati

Dalam suatu hadits, Rasulullah SAW menganjurkan agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli. Murah hati dalam pengertian; ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggungjawab.

f. Tidak Melupakan Akhirat

Jual beli adalah perdagangan dunia, sedangkan melaksanakan kewajiban Syariat Islam adalah perdagangan akhirat. Keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan dunia. Maka para pedagang Muslim sekali-kali tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya. Alangkah baiknya, jika mereka bergegas bersama-sama melaksanakan shalat berjamaah, ketika adzan telah dikumandangkan. Begitu pula dengan pelaksanaan kewajiban memenuhi rukun Islam yang lain. Sekali-kali seorang pedagang Muslim hendaknya tidak melalaikan kewajiban agamanya dengan alasan kesibukan perdagangan.

3. Pengertian Persaingan Bisnis

Persaingan dalam kamus besar bahasa Indonesia berasal dari kata saing (sa.ing.) yang artinya berlomba (atas-mengatasi, dahulu-mendahului).

Persaingan (per.sa.ing.an) yang artinya usaha memperlihatkan keunggulan masing-masing yang dilakukan oleh perseorangan (perusahaan, negara) pada bidang perdagangan, produksi, persenjataan, dan sebagainya.²⁵

Harus difahami sejak awal, persaingan adalah karakter niscaya dalam dunia bisnis. Sebagaimana setiap muslim selalu dianjurkan untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Pesaingan dalam bisnis harus diarahkan pada kebaikan. Persaingan akan menentukan maju-mundurnya atau hidup matinya bisnis.

Dalam dunia bisnis, dasar persaingan adalah kemampuan mengikat hati penjual dan pembeli. Yakni, bagaimana membuat konsumen terus meminta, membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan, bukan dari penjual lainnya. Minat pembeli juga sangat bergantung dari kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Yaitu, pembeli atau pelanggan mampu memperoleh manfaat total dari produk atau jasa tersebut. Dasar kemajuan dalam persaingan adalah nilai lebih kebaikan dan manfaat yang bisa diberikan.²⁶

Menurut Skinner, bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. sedangkan perusahaan bisnis adalah suatu organisasi yang terlibat dalam pertukaran barang, jasa atau uang untuk menghasilkan keuntungan.²⁷

²⁵ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *KBBI Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), h. 978

²⁶ Muhammad Ali Haji Hashim, *Bisnis Satu Cabang Jihad*, (Jakarta: Utusan Publication Dan Distributor SDN/BHP, 2003), h. 112-113.

²⁷ Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Dalam Era Globalisasi*, (Akarta: Rineka Cipta, 2011), h 7.

Raymond E. Gos et-al menyebutkan bahwa bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisasi oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri. Menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.²⁸

Dapat diambil kesimpulan bahwa persaingan bisnis merupakan persaingan atau kemampuan yang dilakukan oleh para pengusaha untuk melakukan pertukaran barang, jasa atau uang guna mendapatkan keuntungan dan dapat memenuhi kebutuhan hidup.

4. Jenis-Jenis Persaingan Bisnis

Pada saat ini persaingan terjadi baik antar individu maupun kelompok. Begitu juga yang terjadi didunia usaha dan tidak menutup kemungkinan terjadi pada para pelaku usaha, sadar atau tidak, akan memicu timbulnya persaingan diantara pelaku usaha, sehingga mengakibatkan usaha yang begitu keras untuk meluahkan tenaga, waktu dan pikiran untuk memenangkan persaingan.

Kotler berpendapat bahwa setiap industri mengandung peserta persaingan yang baik dan buruk. Perusahaan yang pandai akan mendukung persaingan yang baik dan menyerang persaingan yang buruk. Persaingan dalam dunia bisnis secara umum terbagi menjadi 2 yaitu:

²⁸ Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2009), h. 4.

a. Pesaing baik

Persaingan yang baik mempunyai sejumlah karakteristik. Pesaing baik bermain menurut aturan yang berlaku dalam industri, pesaing baik membuat asumsi yang realistis mengenai potensi pertumbuhan industri, menetapkan harga yang wajar dalam kaitannya dengan biaya, pesaing baik mendukung terciptanya industri dan bisnis yang sehat dan membatasi dirinya dalam suatu bagian atau segmen dari industri, pesaing baik memotivasi pihak lain untuk menekan biaya atau meningkatkan diferensiasi dan mereka menerima lokasi umum pangsa pasar dan labanya.

b. Pesaing buruk

Pesaing buruk melanggar peraturan-peraturan itu, pesaing yang buruk berusaha membeli pangsa pasar dan bukan menghasilkannya, pesaing buruk mengambil resiko yang besar dengan melakukan investasi dengan kapasitas yang berlebihan, dan secara umum hal ini merusak keseimbangan industri.²⁹

Berdasarkan pengertian jenis-jenis persaingan bisnis diatas dapat dilihat bahwa ada dua jenis persaingan bisnis yaitu persaingan baik atau sehat dan persaingan buruk atau tidak sehat.

²⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi Dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, 1988), H. 333

5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Bisnis

Menurut Porter yang dikutip oleh Agus Sucipto terdapat lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan bisnis yaitu:³⁰

a. Ancaman Pendatang Baru (Threats Of New Entrants)

Pendatang baru bagi suatu industri membawa kapasitas baru, karena ia berhasrat untuk ikut meraih dan menikmati pasar. Keputusan untuk menjadi pendatang baru, dalam suatu industri kerap kali menaruh komitmen baru terhadap sumberdaya yang akan digunakan, sehingga harta ditekan serendah mungkin dan keuntungan dibuat kecil, akibatnya profitabilitas industri menurun.

b. Ancaman Produk Pengganti (Threats Of Substitute Products)

Ketersediaan barang pengganti menjadi penghalang mengenai harga yang dapat ditentukan oleh pemimpin pasar dalam mata industri. Harga yang tinggi dapat memicu pembeli beralih ke produk pengganti.

c. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (Bargaining Power Of Buyers)

Konsumen atau pelanggan suatu industri mengharapkan harga serendah mungkin untuk memperoleh produk atau jasa dari industri (perusahaan pemasok) dengan cara membeli dalam jumlah yang besar sehingga perusahaan pemasok sebagai produk setandar atau tidak terdeterminasi pembeli dapat menekan harga, karena banyak perusahaan yang menyediakan produk standar tersebut.

d. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining Power Of Suppliers*)

³⁰ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif Dan Studi Kasus* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), h. 61-62.

Jika pemasok mempunyai kekuatan yang cukup tinggi atas perusahaan industri, mereka dapat menaikkan harga cukup signifikan untuk mempengaruhi kemampuan pelanggan dalam menghasilkan laba. Kemampuan pemasok untuk memperoleh kekuatan atas perusahaan industri ditentukan oleh berbagai faktor, yaitu jumlah pemasok sedikit tetapi besar, produk pemasok merupakan masukan yang penting bagi pembeli, produk pemasok tidak ada produk alternatifnya.

e. Rivalitas Diantara Pesaing (*Rivalry Among Existing firms*)

Rivalitas diantara perusahaan mengacu pada semua tindakan yang ditempuh oleh perusahaan dalam kelompok industri untuk memperbaiki posisi mereka masing-masing dan memperoleh keunggulan atas para pesaingnya.

6. Ketentuan Peraturan Persaingan Bisnis

a. UU No 5 Tahun 1999

UU Nomer 5 tahun 1999 berisi tentang larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Yang dimaksud dengan persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur, melawan hukum dan menghambat persaingan usaha.

Beberapa hal yang diatur di dalam UU Nomer 5 tahun 1999 antara lain:

1) Perjanjian yang dilarang

Bagian kedua pada penetapan harga

Pasal 7: pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaing lainnya untuk menetapkan harga dibawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat.

Bagian ketiga pada pembagian wilayah

Pasal 9: pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingannya yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan yang tidak sehat.

- 2) Penyalahgunaan posisi dominan yang dimaksud adalah keadaan dimana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti dipasar bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi diantara pesaingnya dipasar bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu. Adapun penyalahgunaan posisi dominan misalnya jabatan rangkap, pemilikan saham, dan lain-lain sebagaimana diatur dalam pasal 25 sampai dengan pasal 27 UU No 5 Tahun 1999.

Undang-Undang ini disusun berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, serta berasaskan kepada demokrasi ekonomi

dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum dengan tujuan untuk menjaga kepentingan umum dan melindungi konsumen, menumbuhkan iklim usaha yang sehat dan menjamin kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi setiap orang, mencegah praktik-praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan pelaku usaha, serta menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha dalam rangka meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.³¹

- b. PERPRES No. 112 Tahun 2007 Pemerintah menerbitkan peraturan presiden No. 112 Tahun 2007 mengenai penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern.

Pada bab II penataan pasar Tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern, bagian kedua tentang penataan pusat perbelanjaan dan toko modern pada pasal 3 berisi:³²

- 1). Lokasi pendirian. Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk Peraturan Zonasinya.
- 2). Batasan luas lantai penjualan Toko Modern adalah sebagai berikut:
 - a. Minimarket, kurang dari 400 m² (empat ratus meter per segi);

³¹ Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, (Jakarta:Sinar Grafika, 2009), h. 32.

³² www.hukumonline.com. diunduh pada 19 april 2017

- b. Supermarket, 400 m² (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter per segi).
 - c. Hypermarket, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi);
 - d. Department Store, diatas 400 m² (empat ratus meter persegi);
 - e. Perkulakan, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi).
- 3). Sistem penjualan dan jenis barang dagangan Toko Modern adalah sebagai berikut:
- a. Minimarket, Supermarket dan Hypermarket menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya;
 - b. Department Store menjual secara eceran barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen; dan
 - c. Perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi.

c. PERMENDAG Peraturan Undang-Undang Nomer 53 Tahun 2008

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-Dag/Per/12/2008 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern. Untuk melaksanakan ketentuan Pasal 14 Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, perlu diatur Pedoman

Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.³³

Pasal 3

- 1). Ayat (9) berisi tentang Pendirian Minimarket baik yang berdiri sendiri maupun yang terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan atau bangunan lain wajib memperhatikan:
 - a. Kepadatan penduduk;
 - b. Perkembangan pemukiman baru;
 - c. Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);
 - d. Dukungan/ketersediaan infrastruktur; dan
 - e. Keberadaan Pasar Tradisional dan warung/toko di wilayah sekitar yang lebih kecil daripada Minimarket tersebut.
- 2). Ayat (10) berisi tentang Pendirian Minimarket sebagaimana dimaksud pada ayat (9) diutamakan untuk diberikan kepada pelaku usaha yang domisilinya sesuai dengan lokasi Minimarket dimaksud.

Pasal 4

- 1). Ayat (1) Pasar Tradisional atau Pusat Perbelanjaan atau Toko Modern harus menyediakan areal parkir yang cukup dan sarana umum lainnya.
- 2). Ayat (2) Penyediaan sarana parkir sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dapat dilakukan berdasarkan kerjasama dengan pihak lain.

Pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-Dag/Per/12/2008 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan Dan

³³ *ibid*

Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, mencakup tentang syarat pendirian, izin usaha kemitraan, batasan luas lantai penjualan Toko Modern, dan lain-lain.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian lapangan. Menurut Abdurrahman Fathoni penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajarinya sebagai suatu kasus.³⁴

Penelitian lapangan ini, peneliti berusaha mencari data primer yang diperoleh secara langsung dari pernyataan masyarakat, pemilik Toko kecil. Untuk mendukung data primer, juga dibutuhkan data dari pustaka yaitu mencari data-data sekunder yang didapat dari menelaah dan mempelajari dokumen-dokumen, buku-buku, hasil penelitian yang berupa laporan-laporan dan lain sebagainya yang berkaitan dengan persaingan alfamaret terhadap usaha toko kecil disekitar.³⁵

2. sifat penelitian

Penelitian yang peneliti gunakan bersifat deskriptif. Menurut Husein Umar penelitian deskriptif adalah “menggambarkan sifat sesuatu

³⁴ Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Pt Rineka Cipta,2011), h. 96.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 137.

yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu”³⁶

Berdasarkan uraian diatas penelitian deskriptif dalam penulisan skripsi ini adalah menggambarkan fakta apa adanya dengan cara sistematis dan akurat. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memaparkan atau menguraikan hasil wawancara dengan perbandingan pustaka yang ada.

B. Sumber Data

Menurut Suharsimi Aikunto, yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh.³⁷ Data merupakan hasil pencatatan peneliti, baik yang berupa fakta ataupun angka. Jadi, data dapat diartikan segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, sedangkan informasi itu sendiri merupakan hasil pengolahan suatu data yang dapat dipakai untuk suatu keperluan.³⁸

Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sumber data skunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.³⁹ Menurut Usman Rianse, dalam penelitian kualitatif sumber datanya adalah orang-

³⁶ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo, 2009), h. 22.

³⁷ Suharsemi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Yogyakarta : Rineka Cipta, 2010), h. 172.

³⁸ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2008), h. 103.

³⁹Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, h. 42.

orang yang dianggap tahu tentang fenomena yang diteliti dan dipilih berdasarkan pada kriteria yang disepakati peneliti sendiri, sehingga subyeknya terbatas.⁴⁰ Adapun yang menjadi responden/informan adalah: bapak Anwar sebagai kepala toko Alfamart, Ibu Nur sebagai pemilik toko kecil Tradisional, Bapak Wagimin sebagai pemilik toko Tradisional, Bapak Imun sebagai pemilik toko Tradisional, Ibu Ti sebagai pemilik toko Tradisional, dan Ibu Nasuha Sebagai pemilik Toko Tradisional.

2. Sumber Data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang sudah tersedia sehingga peneliti tinggal mencari dan mengumpulkannya, data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia.⁴¹ Sumber data sekunder adalah sumber penunjang. Sumber data sekunder merupakan data yang mencakup dokumen-dokumen, buku-buku, hasil penelitian, yang berwujud laporan, buku harian, majalah, koran, makalah, internet, dan lain-lain.⁴²

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode

⁴⁰ Usman Rianse, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, (Bandung : ALFABETA, 2012), h. 11.

⁴¹ Marfalias, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta, Bumi Aksara, 1997), h. 57.

⁴² Moh. Kasmir, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Malang, UIN Malik Pers, 2010), h. 178.

pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan. Masalah akan memberi arah dan mempengaruhi metode pengumpulan data.⁴³

Pengumpulan data adalah informasi yang didapat melalui pengukuran-pengukuran tertentu untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis menjadi fakta. Sedangkan fakta itu sendiri adalah kenyataan yang telah diuji kebenarannya secara empirik.⁴⁴ Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Tujuan yang diungkapkan dalam bentuk hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan peneliti. Dalam teknik pengumpulan data ini, penulis menggunakan tehnik :

1. Interview (wawancara)

Interview (wawancara) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dengan jumlah responden yang sedikit.⁴⁵

2. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan langsung ke lapangan, yaitu pada aktifitas Alfamart dan usaha Toko kecil di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung-Tengah.

⁴³ Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D*, h. 137.

⁴⁵ *Ibid*, h. 233.

Berdasarkan penelitian ini, peneliti menggunakan model wawancara semi terstruktur artinya dalam wawancara peneliti hanya menyiapkan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan informasi yang ingin didapatkan, namun pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat berkembang sesuai dengan situasi saat wawancara dilakukan.

Kemudian penulis menginterview masyarakat untuk mengetahui bagaimana pemahaman masyarakat tentang keberadaan alfamaret ditengah-tengah usaha toko kecil. Adapun yang menjadi sasaran dalam bentuk interview ini adalah masyarakat Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah.

D. Teknis Analisis Data

Setelah mengumpulkan data yang dibutuhkan langkah selanjutnya yang dilakukan adalah mengolah data-data yang ada. Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.⁴⁶

Analisis dalam penelitian merupakan bagian dalam proses penelitian yang sangat penting, karena dengan analisis inilah data yang ada akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian dan mencapai tujuan akhir penelitian.⁴⁷ Analisis data adalah proses

⁴⁶Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2009), h. 248.

⁴⁷ Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta,2006), h. 105.

penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁴⁸ Teknis analisis data yang digunakan adalah teknis analisis kualitatif. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan selesai dilapangan.⁴⁹ Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan dan tingkah laku yang diobservasi dari manusia. Dalam penggunaan data kualitatif terutama dalam penelitian yang dipergunakan untuk permintaan informasi yang bersifat menerangkan dalam bentuk uraian, maka data tersebut tidak dapat diwujudkan dalam bentuk angka-angka, melainkan berbentuk suatu penjelasan yang menggambarkan keadaan, proses, peristiwa tertentu, meskipun dalam penjelasan ini sendiri kadang-kadang dijumpai pula bentuk angka yang merupakan rangkaian penjelasan.⁵⁰

Cara berpikir induktif adalah cara yang digunakan penulis dalam menganalisis data. Adapun berpikir induktif yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.⁵¹ Pendekatan induktif dimaksudkan untuk membantu pemahaman tentang pemaknaan dalam data yang rumit melalui pengembangan tema-tema yang diikhtisarkan dari data kasar.

⁴⁸ Masri Singarimbun, *Sofian Efendi, Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Lp3es), h. 263.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D*, h. 245.

⁵⁰ Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori & Praktek*, h. 94

⁵¹ Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid 1*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi Ugm, 1984), h. 40.

Berdasarkan keterangan diatas maka dalam menganalisis data penulis menggunakan data yang telah diperoleh dalam bentuk uraian-uraian kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yaitu secara khusus dari informasi tentang pemahaman masyarakat tentang keberadaan alfamaret ditengah-tengah usaha toko kecil.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Tentang Lokasi Penelitian

Melalui deskripsi setting penelitian dapat memperoleh gambaran secara umum tentang objek yang akan diteliti, baik mengenai letak geografis, Desa Karang Endah Lampung Tengah.

Berikut merupakan pemaparan mengenai deskripsi umum obyek penelitian, yang peneliti peroleh melalui hasil wawancara.

Letak Geografis dan luas wilayah Desa Karang Endah, Desa Karang Endah terletak 9 km dari ibukota Kecamatan Terbanggi Besar dan 68 km dari Ibukota Provinsi Lampung. Desa Karang Endah memiliki luas 930 ha, terdiri dari 8 dusun 41 rukun tetangga. Adapun batas-batas wilayah Desa Karang Endah sebagai berikut:⁵²

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Terbanggi Besar
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Indra Putra Subing
- c. Sebelah Barat berbatasan Kelurahan Yukum Jaya
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Nambah Dadi.

2. Sejarah Alfamart

Alfamart merupakan jaringan toko swalayan yang memiliki banyak cabang di Indonesia. Gerai ini umumnya menjual berbagai produk makanan,

⁵² Bapak Suratman Selaku Kepala Desa Karang Endah, Wawancara Pada Tanggal 19 September 2017

minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya. Lebih dari 200 produk makanan dan barang kebutuhan hidup lainnya tersedia dengan harga bersaing, memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. Dengan trademark alfa, yang kini sahamnya dimiliki oleh PT. Sumber alfaria Trijaya. Saat ini alfamart sudah memiliki 1000 gerai di Indonesia.

Pada tanggal 27 juni 1999, PT. Alfa Mitramart utama didirikan oleh PT. Alfa Retailindo, Tbk dan PT. Lancar Distrindo. Toko pertamanya dengan nama Alfa Minimart didirikan pada tanggal 18 oktober 1999 di Jl. Beringin Raya, karawaci, Tangerang.

Pada tanggal 1 Agustus 2002, kepemilikan PT. Alfa Minimart utama beralih ke PT. Sumber Alfaria Trijaya yang sahamnya dimiliki oleh HM Sampoerna (70%) dan PT. Simentara Alfindo (30%). Mulai tanggal 1 januari 2003 Alfa Minimart berubah menjadi Alfamart dan saat ini kantor pusat Alfamart berada di Jl. MH. Thamrin No. 9, cikokol, Tangerang.⁵³

Pertumbuhan jumlah gerai Alfamart pada tahun 2015 sebesar 13, 94% menjadi 12.258 gerai jumlah itu merupakan kombinasi dari 11,115 gerai Alfamart dan 1,143 gerai Alfamidi, Alfa Supermarket, Lawson, dan dandan. Dari keseluruhan jumlah itu 74,60% gerai terbesar dipulau jawa dan 25,40% lainnya berada diluar pulau jawa.⁵⁴

Minimarket Alfamart yang peneliti jadikan tempat peneliti ini telah didirikan pada agustus 2015 dimana Sistem pelayanan yang diberlakukan di Minimarket Alfamart adalah self-service, dimana pengunjung diberikan

⁵³<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Alfamart> Diunduh Pada 19-Februari-2017.

⁵⁴<https://swa.co.id/swa/capital-market/corporate/penambahan-gerai-alfamart-dongkrak-pendaatan-rp4827-triliun> Diunduh Pada 22 Februari 2017.

kebebasan dalam memilih barang yang diinginkan, lalu membawanya ke kasir untuk dibayar. Jenis barang yang dijual di Alfamart adalah kebutuhan sehari-hari masyarakat, dimana masyarakat pembeli merupakan pengguna akhir yang menggunakan secara pribadi barang yang dibelinya, bukan untuk dijual kembali. Adapun jenis barang yang dijual adalah sembako (dalam jumlah eceran besar), alat mandi, makanan ringan (snack), air minuman, rokok, dan obat-obatan.

Alfamart dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang mendukung kenyamanan berbelanja, misalnya saja adanya pendingin ruangan, lemari pendingin, kebersihan toko yang selalu terjaga, adanya pengelompokan barang berdasarkan jenisnya, dan juga keramahan pelayan. Sistem penyediaan barang pada Alfamart seutuhnya bergantung pada kiriman dari supplier yang telah disediakan oleh pihak franchisor.

3. Promosi

Salah satu unsur yang perlu dipertahankan dalam rangka mendirikan suatu perusahaan adalah pemilihan lokasi perusahaan itu sendiri. Pemilihan lokasi perusahaan harus mendapatkan perhatian yang utama dalam pendirian perusahaan karena pemilihan lokasi yang kurang tepat dapat menimbulkan hambatan-hambatan dalam menjalankan aktivitas perusahaan. Tentu dalam penentuan lokasi perusahaan yang strategis merupakan penunjang berkembangnya perusahaan tersebut.

Lokasi Alfamart dalam penelitian ini terletak di desa Karang Endah Lampung Tengah. Pemilihan lokasi pada perusahaan ini cukup strategis karena terletak di Jalur utama karang endah, sehingga mudah dijangkau.

Selain itu, strategi pemasaran Alfamart diintegrasikan dengan kegiatan promosi. Secara berkala Alfamart menjalankan promosi dengan berbagai cara, seperti memberikan harga khusus, promo bulanan. Dengan berbagai program yang dijalankan Alfamart, pihak Alfamart berharap masyarakat tertarik dan beralih ke Alfamart.⁵⁵

Hal ini berbeda dengan para pemilik toko yang mana mereka tidak pernah melakukan promosi dan pandangan untuk memajukan tokonya kedepan semakin baik kurang terfikirkan.

4. Visi, Misi, Budaya dan Moto Alfamart

4.1 Visi

Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global”

4.2 Misi

a. Memberikan kepuasan kepada pelanggan / konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.

⁵⁵ Bapak Anwar Selaku Kepala Toko Alfamart, Wawancara Pada Tanggal 22 September 2017.

- b. Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku / etika bisnis yang tertinggi.
- c. Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan menumbuhkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
- d. Membangun organisasi global yang terpercaya, tersehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan , pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

4.3 Budaya

- a. Integritas yang tinggi
- b. Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik
- c. Kualitas dan produktifitas yang tertinggi
- d. Kerjasama team
- e. Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang tertinggi

4.3 Moto

“belanja puas harga pas”

5. Struktur Organisasi Alfamart

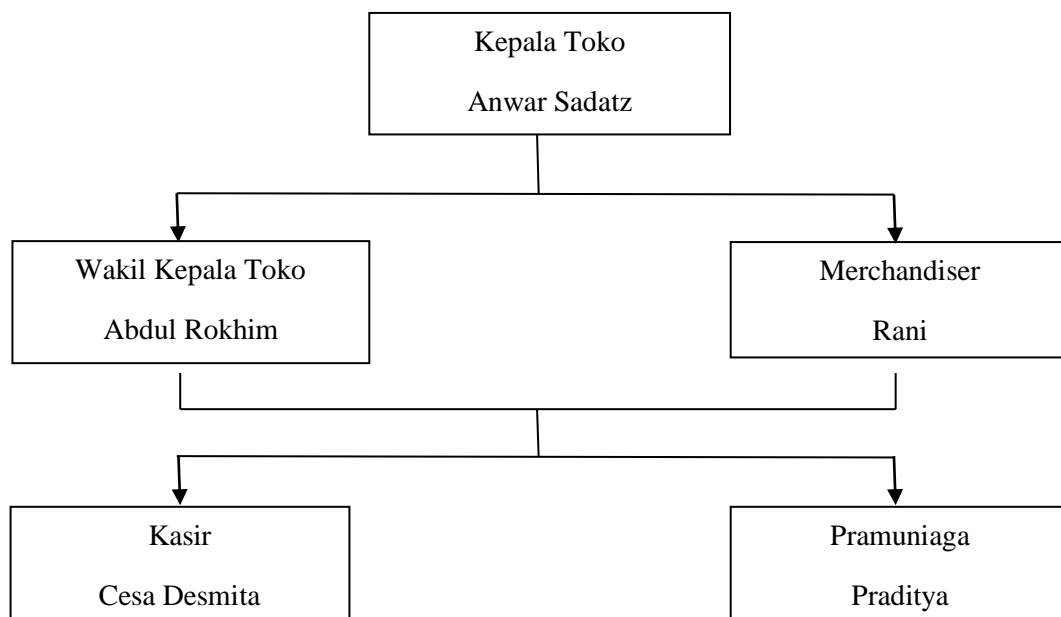
Struktur organisasi merupakan kerangka yang menunjukkan segenap tugas pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi, hubungan antara fungsi-fungsi serta wewenang dan tanggung jawab setiap tugas pekerjaan itu.

Apabila dilihat struktur organisasi yang ada pada Alfamart di desa Karang Endah kecamatan terbanggi besar kabupaten lampung tengah maka dapat diketahui bahwa struktur organisasinya adalah garis. Dalam bentuk

organisasi garis ini kekuasaan dan tanggung jawab tertinggi terletak di tangan satu pimpinan. Segala perintah dari pimpinan tertinggi mengalir melalui garis kepada bawahannya lagi, sampai akhirnya pada tingkat bawahan yang paling rendah.

Adapun skema dari struktur Alfamart di desa Karang Endah kecamatan Terbanggi Besar kabupaten Lampung Tengah⁵⁶

GAMBAR I
STRUKTUR ORGANISASI
ALFAMART di DESA KARANG ENDAH KECAMATAN TERBANGGI
BESAR KABUPATEN LAMPUNG TENGAH



Bagian Area /Toko Alfamart antara lain:

⁵⁶Bapak Anwar Selaku Kepala Toko Alfamart, Wawancara Pada Tanggal 22 September 2017

1. Kepala Toko

- a. Mengkordinir dan menjalankan semua kegiatan oprasional.
- b. Mengkordinir semua aktivitas toko didalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan meningkatkan jumlah pelanggan ditoko.
- c. Mengkordinir dan mengelola bawahan dengan budaya perusahaan.
- d. Mengkordinir dengan area codinator atau departemen lain sehubungan dengan adanya masalah atau program tertentu yang berkaitan dengan toko.
- e. Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas-tugas oprasional sehari-hari.

2. Wakil Kepala Toko

- a. Mengkordinir dan menjalankan semua kegiatan oprasional.
- b. Mengkordinir semua aktivitas toko didalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan yang diarahkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dalam meningkatkan jumlah pelanggan toko.
- c. Mengkordinir dan mengelola bawahan dengan budaya perusahaan.
- d. Mengkordinir dengan area codinator atau departemen lain sehubungan dengan adanya masalah atau program tertentu yang berkaitan dengan toko.
- e. Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas-tugas oprasional sehari-hari.
- f. Melaporkan atau meminta persetujuan kepada kepala toko mengenai keputusan yang berhubungan dengan toko.

3. Merchandiser

- a. Mengkoordinir permintaan barang dagang dari distributor center.
- b. Mengkoordinir pengeluaran atau retur barang dari toko ke distributor center.
- c. Mengkoordinir pendisplay-an barang dagang baik di rak-rak penjualan maupun gudang.
- d. Mengkoordinir dan memastikan sarana promosi terpasang sesuai petunjuk.
- e. Menjaga dan merawat sarana promosi tersebut.
- f. Menggantikan kepala toko atau wakil kepala toko apabila sedang off.

4. Kasir

- a. Memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- b. Melaksanakan kebersihan.
- c. Mempersiapkan sarana kerja yang dibutuhkan.
- d. Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang.
- e. Menerima penitipan barang.
- f. Melakukan proses transaksi penjualan langsung.
- g. Pemajangan barang (*display*).
- h. persiapan retur barang.
- i. stok opname.
- j. penyebaran leaflet.

5. Pramuniaga

- a. Memberikan pelayanan kepada pelanggan.

- b. Melaksanakan kebersihan.
- c. Mempersiapkan sarana kerja yang dibutuhkan.
- d. Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang.
- e. Menerima penitipan barang.
- f. Melakukan proses transaksi penjualan langsung.
- g. Pemajangan barang (*display*).
- h. persiapan retur barang.
- i. informasi dan penawaran program promosi.
- j. pencetakan barang.
- k. penyebaran leaflet.
- l. informasi barang kosong kepada MD atau Kepala Toko atau Wakil Kepala Toko.

6. Ritel Alfamart di Tengah-Tengah Usaha Toko Kecil di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah

Industri ritel merupakan industri yang strategis dalam kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Potensi pasar ritel Indonesia tergolong cukup besar. Industri ritel menempatkan diri sebagai industri kedua tertinggi dalam penyerapan tenaga kerja Indonesia setelah industri pertanian. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak orang menggantungkan hidupnya pada industri ritel.

Peritel atau pengecer adalah pengusaha yang menjual barang atau jasa secara eceran kepada masyarakat sebagai konsumen. Peritel perorangan atau

peritel kecil memiliki jumlah gerai bervariasi, mulai dari satu gerai hingga beberapa gerai. Gerai dalam segala bentuknya berfungsi sebagai tempat pembelian barang dan jasa, yaitu dalam arti konsumen datang ke gerai untuk melakukan transaksi berbelanja dan membawa pulang barang atau menikmati jasa.

Gerai-gerai dari peritel kecil terdiri atas dua macam, yaitu gerai modern dan tradisional. *Peritel besar* adalah peritel berbentuk perusahaan yang melakukan kegiatan perdagangan ritel dalam skala besar, baik dalam arti gerai besar maupun dalam arti mempunyai gerai besar dan sekaligus gerai kecil. Perusahaan perdagangan ritel besar dapat memiliki format bervariasi dari yang terbesar (perkulakan) hingga yang terkecil atau *minimarket* (Alfamart). *Gerai tradisional* adalah gerai yang telah lama beroperasi di negeri ini berupa: warung, toko, dan pasar. Warung biasanya berupa bangunan sederhana yang permanen (tembok penuh) semi permanen (tembok setinggi 1 meter di sambung papan sebagai dinding), atau dinding kayu seutuhnya.

Kemudian, menurut informasi yang penulis peroleh dari hasil wawancara masyarakat Desa Karang Endah Lampung-Tengah, termasuk di dalamnya pendapat Alfamart dan pemilik toko kecil. Dalam hal ini terkait dengan adanya Alfamart di tengah-tengah usaha toko kecil, diperoleh data sebagai berikut :

Secara umum dapat digambarkan, keberadaan Alfamart di Desa Karang Endah tergolong ramai pengunjung karena sering adanya promo karena program tersebut memang sengaja dibuat untuk menarik pelanggan karena dari hasil pengamatan yang datang ke Alfamart kebanyakan masyarakat menengah keatas sehingga dengan diadakannya promo ataupun promosi dengan cara mengadakan kegiatan keliling desa dan membawa badut alfa, mengadakan senja sore didepan toko diharapkan masyarakat semakin tau dan semakin tertarik untuk belanja di Alfamart sehingga Alfamart semakin maju.⁵⁷

Keberadaan Alfamart menyebabkan pendapatan serta keuntungan yang diperoleh toko-toko kecil menurun sepertihalnya yang saya alami semenjak adanya Alfamart pendapatan yang saya peroleh menurun setiap bulannya⁵⁸. Hal ini dibenarkan oleh Ibu Ti salah satu pemilik toko kecil di Desa Karang Endah yang jarak antara toko Ibu Ti dengan Alfamart hanya 5 meter, mengatakan bahwa sejak adanya Alfamart di Desa Karang Endah pendapatan yang diterima perbulan mengurang, dimana sebelum adanya Alfamart pendapatan yang diperoleh setiap harinya kurang lebih dua ratus ribu sampai dengan empat ratus. Setelah adanya alfamart pendapatan yang diperoleh setiap harinya menurun menjadi seratus ribu sampai dengan dua

⁵⁷ Bapak Anwar Selaku Kepala Toko Alfamart, Wawancara Pada Tanggal 22 September 2017.

⁵⁸ Ibu Nur (Pemilik Toko Kecil Di Desa Karang Endah), Wawancara Pada Tanggal 23 September 2017

ratus.⁵⁹ Sebab, Alfamart dan toko kecil terhadap pemberian kenyamanan dalam berbelanja ternyata memiliki tingkat perbedaan yang sangat jauh. Hal ini dikarenakan minimarket Alfamart dan toko kecil tidak sama dalam memberikan fasilitas penunjang di Alfamart seperti AC, keranjang belanja, musik, pengharum ruangan, kelengkapan barang dan lain sebagainya. Sehingga konsumen banyak berlari menuju Alfamart.

Menurut Ibu Nasuha, salah satu pemilik toko kecil di desa Karang Endah,⁶⁰ kondisi ritel tradisional secara fisik sangat tertinggal. Hal ini disebabkan munculnya ritel modern (Alfamart), Inilah salah satu alasan Mengapa Konsumen Lebih Memilih Untuk Berpindah Ke Ritel Modern. Maka kondisi ritel tradisional harus dibenahi dari segi kenyamanan, keamanan, dan kebersihan agar tidak kalah saing dengan ritel modern. Kesan kumuh, tidak aman dan tidak nyaman dan sejumlah atribut tidak baik lainnya masih melekat dalam diri ritel tradisional di mata konsumen. Hal ini sesungguhnya sangat tergantung dari keinginan pemerintah sebagai pemilik pasar tradisional untuk mengembangkannya. Kondisi ritel tradisional saat ini sangat memprihatinkan, karena jauh dari upaya pengembangan yang memadai.

Menurut Bapak Wagimin salah satu pemilik toko kecil di desa Karang Endah jarak antara ritel tradisional dengan Alfamart yang saling berdekatan

⁵⁹ Ibu Ti (Pemilik Toko Kecil Di Desa Karang Endah), Wawancara Pada Tanggal 24 September 2017.

⁶⁰Ibu Nasuha (Pemilik Toko Kecil Di Desa Karang Endah), Wawancara Pada Tanggal 23 September 2017.

menjadi persoalan tersendiri. Meskipun memperlihatkan bahwa terdapat segmen pasar yang berbeda antara keduanya, tetapi lokasinya yang sangat berdekatan dengan toko kecil dapat menjadi permasalahan tersendiri. Di beberapa daerah tidak jarang ditemukan ritel modern, dalam hal ini Alfamart, yang bahkan bersebelahan dengan ritel tradisional. Keberadaan mereka yang berdekatan dengan pelaku usaha toko kecil, yang menyebabkan pendapatan toko kecil menurun namun pengaruh adanya Alfamart terhadap usaha Toko yang saya jalankan hanya sedikit hal ini karena jarak diantara toko saya dengan Alfamart sekitar ± 1 Km.⁶¹

Sedangkan, menurut Bapak Imun dari salah satu pemilik toko kecil mengatakan bahwa pendapatan dari penjualan setiap harinya tidak terjadi perubahan. Artinya bahwa walaupun adanya Alfamart di Desa Karang Endah, Bapak Imun tidak merasakan terjadinya penurunan dalam pendapatan satu bulan hal ini karena jarak antara Toko bapak Imun dengan Alfamart $\pm 1,5$ Km. Tidak hanya jarak yang tidak menyebabkan pendapatan bapak imun menurun melainkan adanya barang yang dibutuhkan konsumen dalam skala besar dan juga merupakan toko perkulakan untuk dijual kembali⁶²

Bahkan menurut salah satu masyarakat desa Karang Endah mengatakan bahwa pertumbuhan ritel tradisional atau toko kecil terus

⁶¹ Bapak Wagimin (Pemilik Toko Kecil Di Desa Karang Endah), Wawancara Pada Tanggal 24 September 2017.

⁶² Bapak Imun (Pemilik Tokokecil Di Desa Karang Endah), Wawancara Pada Tanggal 20 September 2017.

menurun. Maka dalam hal inilah harus disadari bahwa setiap kehadiran Ritel modern/Alfamart juga akan menimbulkan masalah sosial baru, yakni kehilangan pekerjaan dari beberapa orang yang menggantungkan hidupnya dalam jalur distribusi tradisional. Ancaman terhadap distributor tradisional sangat nyata di lapangan.⁶³

Selain itu, jarak antara ritel tradisional dengan Alfamart yang saling berdekatan menjadi persoalan tersendiri. Meskipun memperlihatkan bahwa terdapat segmen pasar yang berbeda antara keduanya, tetapi lokasinya yang sangat berdekatan dengan toko kecil dapat menjadi permasalahan tersendiri. Di beberapa daerah tidak jarang ditemukan ritel modern, dalam hal ini Alfamart, yang bahkan bersebelahan dengan ritel tradisional. Praktis, keberadaan mereka yang berdekatan dengan pelaku usaha ritel toko kecil, yang menyebabkan pendapatan toko kecil menurun. Bahkan di pemukiman yang sebelumnya menjadi sumber pendapatan bagi pelaku usaha ritel kecil/tradisional. Hal ini tentu saja berpotensi menciptakan konflik ritel tradisional dengan ritel modern menjadi semakin terakumulasi yang menyebabkan permasalahan sosial tersendiri.

Permasalahan terkait dengan ritel modern/Alfamart, di samping harus memperhatikan tidak seimbangnya kemampuan dalam berbagai hal, juga harus diperhatikan model pengelolaan dalam ritel tradisional (toko kecil) dimana mereka sampai saat ini masih terjebak dalam model pengelolaan

⁶³ Pak Ngadiman (Masyarakat Desa Karang Endah), Wawancara Pada Tanggal 19 September 2017.

yang masih jauh dari upaya menawarkan model yang bisa lebih menarik konsumen. Permasalahan yang kian bertambah tersebut mendesak pemerintah untuk segera mengeluarkan regulasi agar kondisi dalam industri ritel ini menjadi lebih baik lagi.

B. Analisis Persaingan Alfamart dengan Toko Kecil dalam Persepektif Etika Bisnis Islam di Desa Karang Endah Lampung Tengah

Dari hasil wawancara dapat penulis jelaskan bahwa dengan Masuknya Alfamart di desa karang Endah sebagai pendaatang dalam bisnis ritel modern tentunya akan menimbulkan pengaruh persaingan bisnis kepada toko kecil disekitarnya yang lokasinya saling berdekatan. Hal ini dibuktikan dengan pendapat-pendapat pemilik toko kecil dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara. Sebagian pemilik toko kecil mengatakan bahwa pendapatan yang diperoleh setiap hari atau setiap bulan menurun hal ini disebabkan karena adanya Alfamart di desa Karang Endah.

Terkait dengan berkembangnya zaman yang semakin modern telah merubah cara pandang dan pola fikir masyarakat yang mana masyarakat dalam memenuhi kebutuhan lebih memilih atau lebih senang belanja di ritel modern Alfamart daripada toko keci atau ritel tradisional karena kenyamanan vasilitas serta hal-hal lain yang diberikan oleh Alfamart.

Meskipun masih ada masyarakat yang datang ke toko kecil atau ritel tradisional namun tidak seperti dulu sebelum adanya Alfamart, sehingga toko kecil menjadi sepi. Dengan kejadian seperti ini akan menimbulkan konflik di toko kecil. Konflik tersebut adalah sebuah kendala-kendala menurunnya pendapatan para pemilik toko kecil yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

1. Modal

Salah satu faktor yang penting dalam bisnis baik bisnis kecil maupun bisnis besar. Modal menjadi indikator terpenting dalam berjalannya sebuah bisnis.

2. Tempat Atau Lokasi

Tempat atau lokasi merupakan salah satu faktor yang penting dalam sebuah bisnis, karena tempat atau lokasi juga mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, konsumen terkadang akan sering membeli atau belanja kesuatu tempat atau ritel modern dengan alasan tempat lebih bersih dan nyaman.

3. Barang Dagangan

Jenis dagangan adalah jenis barang yang dijual di Alfamart dan toko kecil hampir sama namun barang yang dijual di toko kecil relatif lebih sedikit dibandingkan dengan Alfamart yang lebih banyak jenis barang yang disediakan. Sehingga masyarakat lebih memilih belanja di Alfamart karena barang yang dibutuhkan semua ada tidak perlu pindah ketempat yang lain untuk mencari barang yang dibutuhkannya.

4. Fasilitas

Fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perlengkapan berupa tempat, dan fasilitas lainnya yang diberikan oleh pihak Alfamart seperti tempat belanja yang luas bersih nyaman, AC, keranjang belanja, pembeli

dapat mengambil sendiri jenis barang di rak dan lain sebagainya. Sedangkan dalam toko kecil tempatnya yang kecil, kurang nyaman, kesan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pendapat pemilik toko kecil terhadap adanya Alfamart di Desa Karang Endah para pemilik usaha toko kecil mengatakan keberatan dengan keberadaan Alfamart dan sejak adanya Alfamart pendapatan setiap hari menurun hal ini di sebabkan para pelanggan kebanyakan membeli ke Alfamart dengan alasan lebih nyaman karena bisa memilih barang yang akan dibeli.

Dalam hal ini diketahui adanya Alfamart di tengah-tengah toko kecil di Desa Karang Endah, terjadi permasalahan sosial artinya dengan adanya Alfamart di Desa Karang Endah pemilik usaha toko kecil mengatakan dalam pendapatan menurun.

Pada akhirnya secara umum bahwa sampai saat ini pengaruh ritel modern terhadap ritel kecil/tradisional masih terus terjadi tanpa ada upaya nyata perbaikan bagi terciptanya keseimbangan kemampuan bersaing dari peritel kecil/tradisional (toko kecil). Pasar ritel dibiarkan berkembang bebas tanpa batasan.

Selain itu hal yang harus diperhatikan adalah bahwa telah terjadi perubahan budaya berbelanja di masyarakat yang justru mengedepankan proses berbelanja di tempat-tempat dengan suasana yang memperhatikan kenyamanan, keamanan, kebersihan dan sebagainya.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari paparan dan penjelasan di bab-bab terdahulu, maka dapat disimpulkan, bahwa:

Pendapat pemilik usaha toko kecil terhadap Ritel Alfamart di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah, Keberadaan Alfamart menyebabkan pendapatan serta keuntungan yang diperoleh toko-toko kecil menurun. Sebab, para konsumen lebih memilih membeli di Alfamart karena lebih nyaman dan banyak pilihan.

Dengan demikian, maka dalam Persepektif Etika Bisnis Islam usaha swalayan Alfamart di tengah-tengah usaha Toko kecil di Desa Karang Endah Kec. Terbanggi Besar Kab. Lampung Tengah, bertentangan dengan yang ditentukan etika bisnis dalam Islam. Yaitu, dalam konsep etika bisnis dalam Islam mewujudkan keadilan, keseimbangan Serta kejujuran dalam melindungi kepentingan individu dan masyarakat dalam berbisnis.

B. Saran

Dari hasil data yang penulis peroleh serta hasil analisis terhadap data yang ternyata tidak sesuai dengan pandangan Etika Bisnis Islam, maka penulis menyarankan:

1. Kepada tokoh masyarakat dan tokoh agama di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah, semaksimal

mungkin untuk menyosialisasikan tentang konsep perdagangan rumusan dalam Islam yang berdasar pada kehendak syari'at.

2. Kepada insan akademisi (mahasiswa, peneliti, dan lain sebagainya), sedianya hasil penelitian ini bisa dijadikan rujukan awal dan sementara, untuk kemudian dikembangkan dengan penelitian-penelitian yang lebih mendalam, sehingga berguna, baik bagi pengembangan keilmuan fiqh Islam, maupun bagi kesejahteraan dan keadilan ekonomi masyarakat, terutama masyarakat Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah, sesuai dengan kehendak dan tujuan syari'at (*maqashidus syar'iyah*).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*
Jakarta: Pt Rineka Cipta,2011.
- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif Dan Studi Kasus*
Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Jakarta:
JAMUNU, 1969.
- Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2015
- Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2009
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Pt Raja
Grafindo, 2009
- Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, Dan Solusi*, Bandung:Alfabeta,2013
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta: Rineka
Cipta,2006
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: Pt. Remaja
Rosdakarya, 2009
- Marfalias, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta,Bumi Aksara,
1997
- Masri Singarimbun, *Sofian Efendi, Metode Penelitian Survai*, Jakarta: Lp3es
- Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002
- Moh. Kasmir, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, Malang,UIN Malik
Pers, 2010
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*,
Jakarta : Rajawali Pers, 2008.
- Muhammad Ali Haji Hashim, *Bisnis Satu Cabang Jihad*, Jakarta: Utusan
Publication Dan Distributor SDN/BHP, 2003
- Muhamad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi Dan Keuangan
Islam*, Jakarta: Katalog Dalam Terbitan KDT, 2008.

- Mustafa Edwin Nasution et-al, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2006
- Nur Handayani, *Pengaruh Keberadaan Giant Ekspres Terhadap Persaingan Bisnis Dengan PB Swalayan Metro*, Metro:2016
- Nurul Huda et al, *Ekonomi Makro Islam : Pendekatan Teoritis*, Jakarta: Kencana, 2009
- Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Dalam Era Globalisasi*, Akarta:Rineka Cipta,2011
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi Dan Pengendalian*, Jakarta: Erlangga, 1988
- Pius A. Partanto dan Dahlan Al Birry, *Kamus Ilmiah Indonesia*, Surabaya: Arkola, t.t,
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *KBBI Edisi Ketiga*, Jakarta:Balai Pustaka, 2003.
- Roisun, *Keberadaan Minimarket Waralaba Terhadap Persaingan Bisnis Dalam Persepektif Bisnis Islam*, Metro,2013.
- Serfianto, Purnomo Cita Yustisia Serfiyani, Iswi Hariyani , *Sukses Bisnis Ritel Modern*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Gramedia Group,2013
- Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pembisnis Kontemporer*, Jakarta:Yayasan Pustaka, 2010
- Sopiah, Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2008
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Suharsemi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Yogyakarta : Rineka Cipta, 2010
- Suhrawardi K. Lubis, *Etika Profesi Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, 2006
- Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid 1*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi Ugm, 1984.
- Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2003

Tri Widayati Ningsih, *Persaingan Bisnis Tradisional Dengan Bisnis Retail Di Kauman Kota Gajah*, Metro, 2013

Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Jakarta:Sinar Grafika, 2009

Usman Rianse, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, Bandung : ALFABETA, 2012

Zuhairi, Et,Al. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi STAIN Jurai Siwo* Metro, Jakarta: Rajawali Pers, 2016

www.hukumonline.com. diunduh pada 19 april 2017

<http://www.scribd.com/doc/37981325/Positioning-Paper-Riteil>. Utl, di unduh pada 10 juli 2017

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PENGARUH TOKO RITEL ALFAMART DITENGAH-TENGAH USAHA TOKO KECIL DALAM PERSEPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah)

A. Wawancara

1. Wawancara dengan Pihak Alfamart (Kepala Toko):
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Alfamart?
 - b. Apa Visi, Misi dan Moto dan budaya Alfamart?
 - c. Bagaimana Struktur Organisasi Alfamart?
 - d. Berapa pendapatan setiap harinya?
 - e. Bagaimana ketentuan harga yang berada di Alfamart, apakah sama dengan toko-toko lain atau lebih sedikit murah?
 - f. Fasilitas Apa Saja Yang Disediakan Alfamart?
 - g. Apakah Alfamart ini sudah memenuhi PERDA Lampung Tengah tentang jarak dengan pasar tradisional?
2. Wawancara dengan Pihak Pemilik Toko Kecil:
 - a. Sejak kapan usaha dimulai?
 - b. Bagaimana pendapatan yang diperoleh setiap harinya sebelum adanya Alfamart?
 - c. Bagaimana pendapatan yang diperoleh setiap harinya sesudah adanya Alfamart?
 - d. Fasilitas apa saja yang disediakan toko?
 - e. Apa upaya toko ini dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat pada saat ini?
 - f. Apakah keberadaan Alfamart dapat mematikan usaha warung-warung kecil sekitarnya?

B. Dokumentasi

1. Buku-buku yang berkaitan dengan penelitian
2. Data tentang Alfamart dan toko kecil Karang Endah Lampung-Tengah

Metro, 11 juli 2017

Mahasiswa Ysb



Laila Mauizhatul Hasanah
13103254

Pembimbing 1



Drs. H. Musnad Rozin, MH
NIP. 195405071986031002

pembimbing 2



Drs. H. M Saleh, MA
196501111993031001

PENGARUH TOKO RITEL ALFAMART DITENGAH-TENGAH USAHA TOKO
KECIL DALAM PERSEPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten
Lampung Tengah)

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II. LANDASAN TEORI

- A. Bisnis Ritel
 - 1. Pengertian Bisnis Ritel
 - 2. Ritel Modern
 - 3. Ritel Tradisional

B. Etika Bisnis

1. Pengertian Etika Bisnis
2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis
3. Pengertian Persaingan Bisnis
4. Jenis-Jenis Persaingan Bisnis
5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Bisnis
6. Ketentuan Peraturan Persaingan Bisnis

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

B. Sumber Data

C. Teknik Pengumpulan Data

D. Teknis Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Tentang Lokasi Penelitian
2. Sejarah Alfamart
3. promosi
4. Visi Misi, Budaya dan Moto Alfamart
5. Struktur Organisasi Alfamart
6. Ritel Alfamart di Tengah-Tengah Usaha Toko Kecil di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah

B. Analisis Persaingan Alfamart dengan Toko Kecil dalam Persepektif Etika Bisnis Islam di Desa Karang Endah Lampung Tengah

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

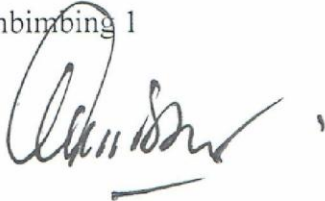
Metro, 31 Mei 2017

Mahasiswa Ysb



Laila Mauizhatul Hasanah
13103254

Pembimbing 1



Drs. H. Musnad Rozin, MH
NIP. 195405071986031002

pembimbing 2



Drs. H. M Saleh, MA
NIP. 196501111993031001



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Sti.06/J-SY/PP.00.9/1288/2016
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Skripsi

Metro, 17 Oktober 2016

Kepada Yth:

1. Drs. Hi. Musnad Rozin, MH
 2. Drs. H. M. Saleh, MA
- di –
Metro

Assalamu'alaikum wr.wb.

Untuk membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II skripsi mahasiswa :

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
NPM : 13103254
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy)
Judul : Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Persaingan Alfamaret Di Tengah-Tengah Usaha Toko Kecil (Studi Kasus Di Desa Karang Endah Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah)

Dengan ketentuan :

- 1 Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai selesai skripsi:
 - a Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
- 2 Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
- 3 Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013
- 4 Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s-d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b Isi ± 3/6 bagian.
 - c Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Ketua Jurusan
Siti Zulaikha, S.Ag., MH
NIP. 197206111998032001



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Sti.06/J-SY/PP.00.9/1679/2016

Metro, 22 Desember 2016

Lampiran : -

Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
menejer Alfamart Desa Karang Endah Kec. Terbanggi Besar Kab.
Lampung Tengah
di -
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

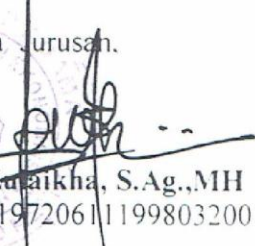
Dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa kami:

Nama : Laila Mauzahatul Hasanah
NPM : 13103254
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy)
Judul : Tinjauan ekonomi Islam Terhadap Persaingan Alfamart
Di Tengah-Tengah Usaha Toko Kecil Sekitar Studi
Kasus Desa Karang Endah Kec. Terbanggi Besar Kab.
Lampung Tengah

Mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Ketua Jurusan.

Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
NIP. 197206111998032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 0897/In.28/D.1/TL.00/08/2017
Lampiran : -
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
KEPALA TOKO ALFAMART
KARANG ENDAH
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

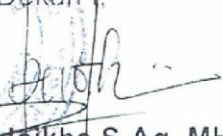
Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0896/In.28/D.1/TL.01/08/2017, tanggal 22 Agustus 2017 atas nama saudara:

Nama : **LAILA MAUIZHATUL HASANAH**
NPM : 13103254
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syaria'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di ALFAMART KARANG ENDAH, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSAINGAN TOKO RITEL ALFAMART DI TENGAH-TENGAH USAHA TOKO KECIL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS DI DESA KARANG ENDAH KECAMATAN TERBANGGI BESAR KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut. atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 22 Agustus 2017
Wakil Dekan I,

Siti Zulfakha S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47290. Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0896/In.28/D.1/TL.01/08/2017

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **LAILA MAUIZHATUL HASANAH**
NPM : 13103254
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di ALFAMART KARANG ENDAH, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSAINGAN TOKO RITEL ALFAMART DI TENGAH-TENGAH USAHA TOKO KECIL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS DI DESA KARANG ENDAH KECAMATAN TERBANGGI BESAR KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 22 Agustus 2017

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Arwan Waluhli

Wakil Dekan I,



Siti Zulaikha S.Ag, MH

Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Kepada Yth:

Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Ibu Siti Zulaikha, S.Ag, MH

Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANWAR SADATZ

Jabatan : Kepala Toko

Menerangkan bahwa,

Nama : LAILA MAUIZHATUL HASANAH

Npm : 13103254

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di toko Alfamart karang endah mulai dari tanggal ditetapkan sampai dengan selesai. Dengan permasalahan dan judul:

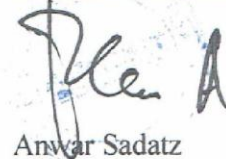
“PERSAINGAN TOKO RITEL ALFAMART DITENGAH-TENGAH USAHA TOKO KECIL DALAM PERSEPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS DI DESA KARANG ENDAH KECAMATAN TERBANGGI BESAR KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)”

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Karang Endah, 30 September 2017

Hormat Kami,

Kepala Toko Alfamart







Anwar Sadatz

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
 NPM : 13103254


Fakultas/Jurusan : Syaria'ah dan Bisnis Islam/ESy
 Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 27/02/ 2017	✓	Rehatikan teknis penulisan margin atas, bawah, kiri dan kanan, lihat buku Pedoman.	
		✓	Setor ulang surat paragraf uraian 7 kepingan.	
		✓	Nome tempat dan cover yg sudah diteliti dengan lampirannya	
		✓	Tambahkan teori dari buku - buku yg membahas ttg Bisnis Modern Retail/ supermarket	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,




Drs. H.M. Saleh, MA
 NIP. 19650111 199303 1 001


Laila Mauizhatul Hasanah
 NPM. 13103254

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
 NPM : 13103254

Fakultas/Jurusan : Syaria'h dan Bisnis Islam/ESy
 Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	Perbaiki kesalah-kesalahan dalam penulisan kata-kata.	
		✓	Perbaiki dan lihat buku pedoman dan menulis abstrak.	
	Rabu, 8/05/2017.	✓	See Part I & III konsultasi Paragraf I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,




Drs. H.M. Saleh, MA
 NIP. 19650111 199303 1 001

Laila Mauizhatul Hasanah
 NPM. 13103254

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Bisnis Islam/ESy
 NPM : 13103254 Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	3/7-2017	✓	<p>Bab II</p> <p>- Pada orde fondasi - teori harus memuat pengertis takleh ritel afanort dan juga memuat pengertis - Takle kelil</p> <p>- Worung kelil don - Takle ritel afanort, dilihat dari sisi - Qondan teori rufg. No keseimbangan atau takle, kelen - dan kelen rufg. Perangung griban, itkhet baite don - kejuyisan.</p>	

Dosen Pembimbing I



Drs. H. Musnad Rozin, MH
 NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,




Laila Mauizhatul Hasanah
 NPM. 13103254

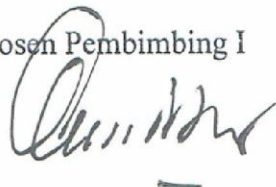
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
 NPM : 13103254

Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Bisnis Islam/ESy
 Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	3/7-2017	✓	<p>- Bab I & III Dalam bab I dan belahing, paling tidak harus membuat ke kata-kata kata dalam judul, dan teori meskipun selain singkat dan dan kesenjangan te- muan di dalam nya.</p> <p>- Demikian pula harus di hasil- sarvei dan.</p> <p>- Petunjuk penelitian harus dipertimbangkan dan lagi.</p>	

Dosen Pembimbing I



Drs. H. Musnad Rozin, MH
 NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

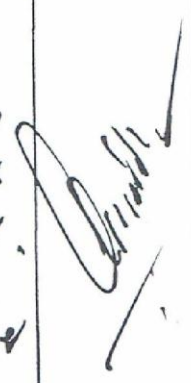



Laila Mauizhatul Hasanah
 NPM. 13103254

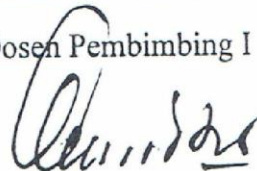
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
NPM : 13103254

Fakultas/Jurusan : Syariah dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	8/7 7		Bab III - Bekalun pengetahuan sumber data primer dengan data primer. - Praktek pengetahuan sumber data primer yang ada. Perbaiki	
	10/7-2017		Ada perbaikan bab I s/d III Ambil Surat riset dan lanjutkan bab - berikutnya	

Dosen Pembimbing I



Drs. H. Musnad Rozin, MH
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,




Laila Mauizhatul Hasanah
NPM. 13103254

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
 NPM : 13103254

Fakultas/Jurusan : Syariah dan Bisnis Islam/ESy
 Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Jumat 26 Mei 2017	✓	Perbaikan Out Line	
2.	Rabu 31 Mei 2017	✓	Free out Line konsultasikan pd Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II



Drs. H.M. Saleh, MA

NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,



Laila Mauizhatul Hasanah

NPM. 13103254



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
NPM : 13103254

Fakultas/Jurusan : Syariah dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 11/07/2017	✓	Acce APD, konsul- tasi, konsultasi Pembimbing	

Dosen Pembimbing II

Drs. H.M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,

Laila Mauizhatul Hasanah
NPM. 13103254



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
NPM : 13103254

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 19/10/ 2017	✓	Bab IV - Beri footnote/Catatan kaki kutipan yg di ambil dari dokumentasi Desa. - Nama tempat ditulis dengan huruf kapital pada awal kata/ya. - Periksa penulisan catatan kaki yg di kutip dari kutip ur- urusan, lihat buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. - Struktur organisasi di beri nama orgg yg pegang jabatan.	

Dosen Pembimbing II

Drs. M.H. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001





Mahasiswa Ybs,

Laila Mauizhatul Hasanah
NPM. 13103254

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
NPM : 13103254

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	Analisis diperbaiki sesuai dengan paragraf sebelumnya.	
		✓	Analisis di deskripsikan teori-teori yang ada di bab II dengan menggunakan terjemah di lapangan/ditinjau faktual	
		✓	Kesimpulan disesuaikan dengan pertanyaan penelitian.	
	Rabu 25/10/ 2017	✓	Agak bab IV dan V konsultasi ke Pembimbing I.	

Dosen Pembimbing II



Drs. M.H. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,








Laila Mauizhatul Hasanah
NPM. 13103254

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
 NPM : 13103254

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
 Semester/TA : IX/2017/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 21/12/ 2017	✓	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Perbaiki sampul luar skripsi ini sesuai dg buku pedoman penulisan skripsi. ✓ Perbaiki "Orisinalitas Penelitian" ✓ Abstrak diperbaiki, berisi: Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Metode Penelitian, dan Hasil Penelitian. ✓ Perbaiki Motto, sesuai kan dengan fokus penelitian ✓ Perbaiki "plakornya Resumbahan" 	    

Dosen Pembimbing II



Drs. M.H. Saleh, MA
 NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,



Laila Mauizhatul Hasanah
 NPM. 13103254






**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
NPM : 13103254

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2017/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 27/12/ 2017		<ul style="list-style-type: none">✓ Perbaiki "Kata Pe-ngantar✓ Perbaiki "RuwajatHidayah✓ Ace Bab I s.d Vsesuai kelengkapannya.(konsultasikan padaPembimbing I	  

Dosen Pembimbing II

Drs. M.H. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,

Laila Mauizhatul Hasanah
NPM. 13103254



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
NPM : 13103254

Fakultas/Jurusan : Syariah dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	10/12 - 2017	✓	Acc out Quire	

Dosen Pembimbing I

Drs. H. Musnad Rozin, MH
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

Laila Mauizhatul Hasanah
NPM. 13103254



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
NPM : 13103254

Fakultas/Jurusan : Syaria'ah dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	21/8-2017	✓	Ace APP	
	27/10	✓	Revisi Bab IV/V, Tinggal monev hru menyesuaikan dengan surat izin oi- set. Revisi	

Dosen Pembimbing I

Drs. H. Musnad Rozin, MH
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

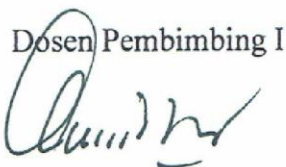
Laila Mauizhatul Hasanah
NPM. 13103254

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Mauizhatul Hasanah
 NPM : 13103254

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
 Semester/TA : IX/2017/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	1/11-2017	✓	<p>Acc Revisi - Bab IV & V. Revisi untuk struktur yang ada. Revisi kebab lampiran = nya.</p>	

Dosen Pembimbing I


Drs. H. Musnad Rozin, MH
 NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,



Laila Mauizhatul Hasanah
 NPM. 13103254

Riwayat Hidup



Laila Mauizhatul Hasanah dilahirkan di Desa Nambah Dadi Lampung Tengah pada Tanggal 01 Maret 1995, Anak Kedua Dari Pasangan Bapak Suhardi M.Pd.I Dan Ibu Mardiyah.

Pendidikan Penulis di tempuh mulai dari TK Miftahul Huda Nambahdadi Lampung Tengah dan selesai pada Tahun 2001, kemudian melanjutkan ke jenjang Pendidikan Dasar di Madrasah Ibtidaiyah (MI) Miftahul Huda Nambahdadi Lampung Tengah dan selesai pada Tahun 2007, Kemudian Melanjutkan Ke tingkat Sekolah Menengah Pertama di Madrasah Tsanawiyah (MTS) Miftahul Huda Nambahdadi Lampung Tengah dan selesai pada Tahun 2010, Sedangkan Pendidikan Menengah Atas di tempuh di Madrasah Aliyah (MA) Darul A'mal Mulyojati Kota Metro dan selesai pada Tahun 2013, Kemudian Melanjutkan Pendidikan di IAIN Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah di mulai pada Semester 1 T.A 2013/2014.