

**DAMPAK MINIMARKET ALFAMIDI TERHADAP UMKM  
(USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DI KOTA PALOPO**



**IAIN PALOPO**

**S K R I P S I**

*Diajukan untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri  
(IAIN) Palopo*

Diajukan Oleh,

**SYEH AFDAL UMAR  
NIM 12.16.4.O111**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PALOPO**

**2016**

**DAMPAK MINIMARKET ALFAMIDI TERHADAP UMKM  
(USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DI KOTA PALOPO**



**IAIN PALOPO**

**S K R I P S I**

*Diajukan untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri  
(IAIN) Palopo*

Diajukan Oleh,

**SYEH AFDAL UMAR  
NIM 12.16.4.O111**

**Dibimbing Oleh:**

1. Burhan Rifuddin, S.E., M.M.
2. Abdain, S.Ag., M.H.I.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PALOPO**

**2016**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **"DAMPAK MINIMARKET ALFAMIDI TERHADAP UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DI KOTA PALOPO"** yang ditulis oleh, **Syeh Afdal Umar**, NIM 12.16.4.0111, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari **Selasa**, tanggal **3 Juni 2017 Maschi**, bertepatan pada Tanggal **8 Ramadhan 1438 Hijriah**, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Palopo, 3 Juni 2017 - M

8 Ramadhan 1438 H

### Tim Penguji

- |                                   |                   |         |
|-----------------------------------|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.         | Ketua Sidang      | (.....) |
| 2. Dr. Takdir, SH., MH.           | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Musayyana Jabani ,ST., M.M.    | Penguji I         | (.....) |
| 4. Dr. Fasiha Kamal, S.El., M.El. | Penguji II        | (.....) |
| 5. Burhan Rifuddin, S.E., M.M.    | Pembimbing I      | (.....) |
| 6. Abdain, S.Ag., M.H.I.          | Pembimbing II     | (.....) |

### Mengetahui

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah

Dekan Fakultas  
Ekonomi Dan Bisnis Islam



Ilham S.Ag., M.A.

NIP: 19731011 200312 1 003



Dr. Hj. Ramlah M, M.M.

NIP: 19610208 199403 2 001

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Syeh Afdal Umar

Nim : 12.16.4.0111

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini benar adalah hasil karya saya sendiri, bukan plagiat atau duplikasi, tiruan, dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri.

2. Seluruh bagian skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 25 Mei 2016

Yang membuat pernyataan,



Syeh Afdal Umar

Nim: 12.16.4.0111

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp :-

Kepada Yth :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalmu'Alaikum Warohmatullahi Wabarokatu.*

Sesudah melakukan bimbingan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Syeh Afdal Umar

NIM : 12.16.4.0111

Program studi: Ekonomi Syariah

Judul skripsi : Dampak Minimarket Terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) di Kota Palopo.

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu'Alaikum Warohmatullahi Wabarokatu*

Pembimbing I



Burhan Rifuddin, SE., M.M.  
NIP : 19670311 199803 1001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp : -

Kepada yth :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalmu'Alaikum Warohmatullahi Wabarokatu.*

Sesudah melakukan bimbingan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Syeh Afdal Umar

NIM : 12.16.4.0111

Program studi: Ekonomi Syariah


Judul skripsi : Dampak Minimarket Terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) di Kota Palopo.

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu'Alaikum Warohmatullahi Wabarokatu*

Pembimbing II



Abdain, S.Ag., M.H.I.

NIP : 19710512 199903 1002

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul : **Dampak Minimarket Terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) di Kota Palopo.**

Yang ditulis oleh

Nama : Syeh Afdal Umar

NIM : 12.16.4.0111

Program studi : Ekonomi syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diajukan pada ujian seminar hasil

Demikian untuk proses selanjutnya.

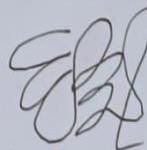
Palopo 10 Agustus 2016

Pembimbing I



Burhan Rifuddin, SE., M.M.  
NIP : 196703311 199803 1011

Pembimbing II



Abdain, S.Ag., M.H.I.  
NIP : 19710512 199903 1002

## PRAKATA



Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas Rahmat dan Hidayah—Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini walaupun dalam bentuk yang sederhana. Salawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda kita Nabi Besar Muhammad SAW, yang selalu kita nantikan syafa'at-nya di akhir nanti.

Dalam proses penyusunan penulis banyak mendapatkan bantuan bimbingan, dorongan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Abd. Piroi M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo Wakil Rektor I, II, dan III yang telah memberikan dukungan moril dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menjadi mahasiswa di kampus ini.
2. Dr. Hj. Ramlah Makkullase, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ilham S.Ag.,M.A. selaku ketua Prodi Ekonomi Syariah yang senantiasa memberi nasehat dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Burhan Rifuddin. SE.,M.M. Selaku pembimbing I dan Abdain S.Ag., M.H.I. Selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan motivasi, koreksi dan evaluasi, sehingga penulisan skripsi ini dapat di selesaikan.
5. Para Staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo yang selalu siap sedia membantu segala keperluan kami selama kami kuliah hingga pembuatan skripisi ini.

6. Para Dosen dan pegawai di kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang selama ini banyak memberikan motivasi dan semangat dalam menghadapi segala tantangan selama proses perkuliahan.
7. Kepala Perpustakaan dan seluruh Staf Perpustakaan yang selama ini banyak membantu dalam memfasilitasi referensi yang dibutuhkan baik dalam proses penyelesaian tugas perkuliahan maupun penyelesaian skripsi
8. Para masyarakat yang mempunyai usaha atau warung kelontong dan juga pihak Minimarket Alfamidi di Kota Palopo yang telah mengizinkan dan memberikan informasi yang penulis butuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kedua orang tua penulis ayahanda Syeh Umar dan Ibunda Nasiha Anwar tersayang yang telah membesarkan dan mendidik penulis sejak lahir dan rela berkorban baik dukungan maupun materi yang tak ada hentinya yang tak kenal lelah hingga sekarang ini dengan penuh pengorbanan lahir dan batin. Terima kasih banyak atas tetesan keringat dalam menafkahkan dan terima kasih banyak atas tetesan air mata dalam mendoakanku an tak lupa pula kaka dan adikku yang senantiasa memberi semangat Shinta, Syifa, Rafli, Sarah dan Adnanserta seluruh keluarga penulis yang selalu memberi nasehat dan motivasi agar penulis lebih bersemangat dalam menyelesaikan studi.
10. Kepada sahabatku yang selalu memberi dukungan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini yaitu teman-teman seperjuangan KKN angkatan XXIX, keluarga besar EKIS C, EKIS B dan EKIS A khususnya untuk Hafid, Musriadi, dan Rokki serta para mantan Kordes dan Korcam KKN angkatan XXIX. terima kasih atas segala bantuan, dukungan dan doa

11. yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik dikampus tercinta IAIN Palopo.

12. Dan semua pihak yang ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT. Penulis berdo'a semoga bantuan dan partisipasi berbagai pihak dapat diterima sebagai ibadah dan diberikan pahala yang berlipat ganda dan semoga teman-teman yang juga dalam penyusunan skripsi dipermudah oleh Allah SWT . Dan semoga skripsi ini berguna bagi Agama, Nusa dan Bangsa. Aamiin.

Palopo, 10 Agustus 2016

Penulis

## ABSTRAK

Nama: Syeh Afdal Umar

NIM : 12.16.4.0111

Judul : Dampak Minimarket Alfamidi Terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) di Kota Palopo

---

Kata kunci : Minimarket dan UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah)

Permasalahan pokok pada penelitian ini adalah bagaimana dampak Minimarket Alfamidi terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) di Kota Palopo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dampak kehadiran Minimarket terhadap UMKM (usaha Mikro Kecil, Menengah) yang berada di sekitar Minimarket Alfamididi Kota Palopo.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode *deskriptif kualitatif* dengan sumber data dalam penelitian menggunakan data primer melalui studi lapangan (*field research*) dan data skunder melalui studi pustakaan (*liberary research*), dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi, adapun teknik analisis yang digunakan adalah teknik Deduktif, teknik Induktif, teknik Komparatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan bahwa dampak Minimarket Alfamidi Terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) di Kota Palopo berdampak negatif, karena barang-barang atau produk serta pelayanan, kebersihan dan kenyamanan di Minimarket Alfamidi lebih baik dibandingkan dengan usaha Warung Kelontong milik masyarakat, yang menyebabkan Barang-barang atau produk di usaha Warung Kelontong milik masyarakat menjadi tidak laku, serta Usaha Warung Kelontong milik masyarakat menjadi sepi konsumen sehingga harus membuka usaha yang lain untuk memenuhi kebutuhan hidup. Akan tetapi kehadiran Minimarket Alfamidi di Kota palopo memberikan dampak positif bagi para konsumtif, yaitu terciptanya lapangan kerja di Kota Palopo dan mempermudah masyarakat berbelanja dalam memilih barang.

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul.....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Sampul .....</b>	<b>ii</b>
<b>Pengesahan Skripsi .....</b>	<b>iii</b>
<b>Pernyataan Keaslian Skripsi .....</b>	<b>iv</b>
<b>Nota Dinas Pembimbing .....</b>	<b>v</b>
<b>Persetujuan Pembimbing .....</b>	<b>vii</b>
<b>Prakata.....</b>	<b>viii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar isi.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakng Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian .....	4
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	5
B. Devinisi Dampak .....	6
C. Minimarket.....	7
D. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) .....	15
E. Definisi Usaha Kecil Menengah .....	15
F. Usaha Kecil .....	18
G. Kerangka Fikir.....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
A. Desain dan Jenis Penelitian .....	20

B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
C. Informan/Subjek Penelitian .....	21
D. Teknik Pengumpulan Data .....	22
E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	23
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>25</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian. ....	25
B. UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) di Kota Palopo dan Sejarah Minimarket Alfamidi di Kota Palopo.....	26
C. Dampak Minimarket Alfamidi Terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) atau Warung Kelontong di Kota Palopo. ....	29
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>32</b>
A. Kesimpulan .....	32
B. Saran.....	33
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>34</b>

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### *A. Latar Belakang Masalah*

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000.00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Menurut keputusan RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan Ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil yang perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. di Indonesia, jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) hingga tahun 2005 mencapai 42,4 juta unit lebih. Pemerintah Indonesia sendiri dalam memberdayakan dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) membina melalui dinas koperasi dan UMKM di Masing-masing Provinsi atau kabupaten dan kota.<sup>1</sup> Perkembangan UMKM menjadi faktor pendukung peningkatan berbagai macam usaha baik usaha kategori usaha mikro kecil dan menengah, khususnya di Kota Palopo, selain dikenal sebagai Kota idaman dan tentram juga dikenal sebagai Kota yang memiliki tempat perkembangan, salah satunya dalam suatu perkembangan usaha Mikro Kecil dan Menengah, hal ini dapat dilihat disepanjang jalan Kota Palopo yang dimana masyarakat membuka suatu usaha, baik itu usaha kuliner, toko pakaian dan juga warung-warung kecil (Kelontong) yang berada di Pinggir-pinggir jalan disepanjang Kota Palopo.

Alfamart, Alfamidi dan Indomaret merupakan Minimarket yang hampir menyediakan seluruh kebutuhan pokok bagi manusia, selain kualitas pelayanan

---

<sup>1</sup>Blogger, <http://peuyeumcipatat.blogspot.com/2012/12/Definisi-UMKM.html>, diakses tgl. 17/12/2015

yang cukup baik yang dapat menarik perhatian konsumen atas pelayanan dan produk-produk yang disediakan, dan juga pembangunan Minimarket yang berdampingan terhadap usaha-usaha yang didirikan oleh masyarakat yang memiliki beberapa produk yang sama dan sudah pasti berdampak pada perekonomian masyarakat UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) dalam persaingan terhadap konsumen.

Dari data-data diatas sangat memungkinkan berdampak negatif terhadap masyarakat yang membuka suatu usaha dalam mewujudkan suatu perekonomian yang lebih baik. Persaingan dalam usaha masyarakat untuk mendapatkan tingkat konsumen yang tinggi berpeluang kecil karena seperti yang terlihat pada saat ini, Minimarket di Kota Palopo sudah merajalela, Maka dari itu peran masyarakat dalam mewujudkan perekonomian perlu adanya suatu strategi guna meningkatkan dan mengembangkan suatu usaha yang didirikan agar tidak berdampak negatif terhadap persaingan antara Minimarket dan menjadikan suatu usaha yang didirikan oleh masyarakat tidak menjadi bangkrut. Contohnya untuk menghadapi persaingan terhadap Minimarket masyarakat dapat mengambil suatu strategi berupa integrasi atau strategi integrasi vertikal memungkinkan suatu usaha untuk mendapatkan kontrol atas distributor pemasok dan pesaing.<sup>2</sup>

Berbeda dengan Minimarket, UMKM masyarakat yang mempunyai produk yang sama terhadap Minimarket yang sekarang ada secara tidak langsung merasakan dampak atas kehadiran Minimarket di sekitar masyarakat. Banyak para konsumen yang dulunya belanja pada usaha yang didirikan oleh masyarakat sekarang beralih memilih berbelanja di Minimarket dengan alasan lebih lengkap dan nyaman atau hanya sekedar melihat-lihat saja. Selain itu ruang bersaing

---

<sup>2</sup> Fredr David dan Ariyanto, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: SELEMBA EMPAT, edisi 10, 2006), h. 228

UMKM masyarakat kini juga mulai terbatas. Kalau selama ini UMKM masyarakat dianggap lebih baik, sistem pelayanan dan transaksi antara penjual dan pembeli cukup baik. Umumnya UMKM masyarakat mempunyai skala yang kecil dalam menghadapi rantai pemasaran yang cukup panjang dalam membeli barang untuk dijualnya mulai terkikis.<sup>3</sup>

Keunggulan UMKM masyarakat selama ini didapat hanya dari lokasi, karena masyarakat lebih senang berbelanja yang lokasinya lebih dekat, akan tetapi dengan munculnya pusat perbelanjaan seperti Minimarket dengan lokasi yang cukup potensial, dengan semakin merak dan berkembangnya Waralaba Minimarket khususnya di Kota Palopo maka keunggulan UMKM masyarakat juga akan hilang. Kedekatan lokasi kini tidak dapat lagi dijadikan sumber keunggulan yang berkelanjutan.

diperlukan peran pemerintah untuk membantu para masyarakat yang membuka usaha kecil maupun menengah agar dapat bersaing terhadap Minimarket agar keberadaannya tidak tersingkirkan. Seperti yang tertera pada peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Pasal 4 yang berisi pusat perbelanjaan dan toko modern harus mempertimbangkan kondisi sosial Ekonomi masyarakat, keberadaan pasar Tradisional, usaha kecil dan menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan memperhatikan jarak setidaknya jarak antara Minimarket dan UMKM masyarakat berjarak paling kurang 1km.<sup>4</sup>

Melihat berbagai persoalan di atas tentang dampak Minimarket terhadap perekonomian masyarakat, khususnya masyarakat yang membangun atau membuka usaha kecil dalam upaya untuk mempertahankan dan mensejahterakan

---

<sup>3</sup> Peraturan Presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, 2007, [www.bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id), 12-02-2011

<sup>4</sup> *ibid*

perekonomiannya maka Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk menulis skripsi yang berjudul “Dampak Minimarket Alfamidi Terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) di Kota Palopo”

### ***B. Rumusan Masalah***

Ada pun rumusan masalah dan sekaligus sebagai pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimanakah dampak Minimarket Alfamidi terhadap UMKM (usaha mikro kecil menengah) di Kota Palopo?

### ***C. Tujuan Penelitian***

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis guna untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut Untuk mengetahui Dampak Minimarket Alfamidi terhadap UMKM (usaha mikro kecil, menengah) di Kota Palopo.

### ***D. Kegunaan Penelitian***

Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut:

#### **1. Kegunaan ilmiah**

Untuk menembah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai ilmu ekonomi khususnya dalam bidang UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) dan Menjadi suatu bahan renungan dan pemikiran agar dapat mengintropeksi diri dalam persaingan tentang berwirausaha serta Dapat membina dan menjadi bahan pembelajaran bagi masyarakat dan penulis dalam mengembangkan dan memperbaiki perekonomian UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) yang lebih baik.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### ***A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan***

1. Ade Muhammad Ainul Alimul Basar dalam studinya yang berjudul: Peran Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Cibeurem Kabupaten Kuningan.

Hasil penelitian beliau yaitu untuk mengetahui perkembangan UKM, mengetahui bagaimana tingkat kesejahteraan masyarakat pelaku UKM, dan untuk mengetahui peranan UKM terhadap kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Cibeurem Kabupaten Kuningan.

Adapun persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif, adapun perbedaannya dengan penelitian peneliti yaitu pada objek yang diteliti.<sup>5</sup>

2. Siti Susana dalam studinya yang berjudul: Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbau).

Hasil penelitian beliau yaitu berfokus pada proses produksi pada home industri di Desa Mengkirau, Peran home industri dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Mengkirau, tinjauan ekonomi islam terhadap peranan home industri dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Mengkirau.

---

<sup>5</sup>Ade Muhammad Alimul Basar, *Peranan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Cibeurem Kabupaten Kuningan*, (Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, 2015) h. 2

Adapun persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif, adapun perbedaannya dengan penelitian peneliti yaitu pada objek yang diteliti.<sup>6</sup>

3. Aulia Eka Anindhita dalam studinya yang berjudul: Kajian Manajemen Risiko Pembiayaan UMKM Pada Produk Murabahah dan Ijarah Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI Ciputat.

Hasil penelitian beliau berfokus pada lembaga keuangan mikro syariah yang dibentuk dalam upaya memberdayakan umat secara kebersamaan, BMT Al-Fath IKMI Ciputat menyalurkan pembiayaan kepada debitur yang bergerak di sektor UMKM untuk membantu mengembangkan usaha debitur, produk Murabahah dan Ijarah mengambil proporsi Pada proses penyaluran pembiayaan, BMT AL-Fath IKMI Ciputat.

Adapun persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif, adapun perbedaannya dengan penelitian peneliti yaitu pada objek yang diteliti.<sup>7</sup>

### ***B. Definisi Dampak***

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah daya yang ada atau timbul dari suatu individu yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>8</sup>

Sedangkan menurut kamus Indonesia-Inggris, dampak merupakan suatu pengaruh baik negatif maupun positif manusia sehingga menyebabkan perubahan

---

<sup>6</sup>Siti Susana, *Peranan Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbabu)* (Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2012) h. 98

<sup>7</sup>Aulia Eka Anindhita, *Kajian Manajemen Risiko Pembiayaan UMKM Pada Produk Murabahah Dan Ijarah (Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI Ciputat)* (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, 2012) h. 58

<sup>8</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta:2001), 849.

yang berarti sesuatu yang merupakan akhir atau hasil suatu peristiwa (perbuatan atau keputusan).<sup>9</sup>

### **C. Minimarket**

Pasar memegang peranan penting dalam perekonomian masyarakat. Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah beralngsung sejak peradaban awal manusia. Penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berdasar pada ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka dan tidak ada kecurangan di dalamnya. Firman Allah dalam Q.S. An-Nisa 4/29:

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

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.<sup>10</sup>

Minimarket adalah bentuk toko ritel yang operasinya cukup besar, berbiaya rendah, margin rendah, volume penjualan tinggi, terkelompok berdasarkan lini produk, *self-service*, dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen seperti daging, hasil produk olahan, makanan kering, makanan basah, serta item-item produk non-food seperti mainan, majalah, toiletries, dan sebagainya.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup>SYS Gunadi, Himpunan Istilah Komunikasi, (Jakarta: PT. Gramedia Indonesia, 1998), 85.

<sup>10</sup>Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Tangerang: PT. Kalim 2010) h.

<sup>11</sup>Sopiah, *Manajemen Bisnis Ritel*, Skripsi, (Yogyakarta: ANDI, 2008), h. 50-51

Minimarket merupakan tempat di mana sekelompok perusahaan (penjual) bertemu dengan sekelompok pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa.

Dalam hadits dari Hakim bin Hizam radhiallahu'anhu dari Nabi Shallallahu 'alaihi wa sallam beliau bersabda:

الْبَيْعَانُ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُرُوكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا وَكُتِمَا  
مُحَقَّ بَرَكَةٌ بَيْنَهُمَا

Artinya :

Kedua orang yang bertransaksi jual beli berhak melakukan khiyar selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan terbuka, maka keduanya akan mendapatkan keberkahan dalam jual beli. Tapi jika keduanya berdusta dan tidak terbuka, maka keberkahan jual beli antara keduanya akan dihapus. (HR. Bukhari dan Muslim: 1937-1532)<sup>12</sup>

Ada lima fungsi pasar, yaitu:

1. Menetapkan nilai (sets value)
2. Pendistribusi barang
3. Pengorganisir produksi
4. Penyelenggara penjatahan (rationing)
5. Mempertahankan dan mempersiapkan kebutuhan di masa depan

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas. Pasar modern antara lain *mall*, *minimarket*, *departement store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang yang dijual di sini memiliki variasi

---

<sup>12</sup>Hadis Explorer: *Terjemah Sunan Bukhari dan Muslim*. h. 40-41

jenis yang beragam. Selain menyediakan barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak.

Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Adanya penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen menyebabkan banyak orang mulai beralih ke pasar modern untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari.

#### 1. Pengertian Minimarket

Minimarket adalah Pasar (modern) yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat dikawasan perkotaan<sup>13</sup> sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas).

Minimarket sebenarnya adalah semacam toko kelontong yang menjual segala macam barang dan makanan, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan sistem swalayan, di mana pembeli mengambil sendiri barang yang ia butuhkan dari rak- rak dagangan dan membayarnya di kasir. Minimarket yang ada di Indonesia adalah *Alfamart*, *Indomaret*, *Ceriamart*, *Starmart*, *Circlek*, dan lain-lain.

Khusus untuk minimarket, Penyebarannya telah mencapai daerah-daerah pinggiran kota yang memiliki jumlah penduduk padat. Menurut Lembaga Riset

---

<sup>13</sup>Dyah Nirmalawati, *Kajian Persaingan dalam Industry Ritel*, (Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) 2004), h. 3-4

Nielsen, pada tahun 2010 jumlah minimarket di Indonesia mencapai 18.727 unit. Jumlah minimarket yang semakin bertambah dari tahun ketahun menyebabkan persaingan yang ketat, sehingga keberadaan pedagang kios tradisional semakin terhimpit dalam persaingan yang ketat ini.

Persebaran minimarket pada satu sisi memiliki dampak yang baik, hal ini membuktikan adanya pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan menciptakan investasi, namun di sisi lain hal ini telah menyebabkan kelesuhan para pedagang kios tradisional, bahkan mematikan usaha mereka. Kehadiran pasar modern tersebut telah memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan pedagang kios kecil.

Tidak menutup kemungkinan, kondisi yang timpang tersebut juga berpotensi menumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial di antara para pelaku perdagangan. Membuat pedagang kios kecil semakin terpuruk bahkan mati karena tergerus keberadaan minimarket yang menawarkan kenyamanan berbelanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik dan nilai plus lainnya bila dibandingkan dengan apa yang dapat ditawarkan oleh pedagang kios tradisional. Terlebih lagi sekarang banyak bermunculan minimarket yang membuka tokonya 24 jam sehingga persaingan antara mini market dengan pedagang kios kecil semakin tidak seimbang.<sup>14</sup>

Selain menyediakan barang-barang lokal, Minimarket juga menyediakan barang-barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas,

---

<sup>14</sup>Ema Yohana, Paidi Hidayat, Analisis Dampak Kehadiran Ritel Modern terhadap Ritel Tradisional di Kota Medan (Studi Kasus Kehadiran Ritel Indomaret di Empat Kecamatan Kota Medan), Jurnal Ekonomi dan Keuangan vol. 1, no. 4, Maret 2013, h. 10.

Minimarket umumnya mempunyai persediaan barang digudang yang terukur. Dari segi harga, Minimarket label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan sesudah pajak dikenakan). Minimarket juga memberikan pelayanan yang lebih baik dengan adanya pendingin udara, tempat parkir yang aman, dan tempat yang bersih dan nyaman. menurut Hendri Ma'ruf.<sup>15</sup> Pengertian Minimarket adalah toko/pasar yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan pemukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko atau Warung-warung kecil yang berada disekitar Minimarket.

Dalam Perpres No. 112/2007 Pasal 1 Ayat 12 telah dinyatakan bahwa zonasi, yaitu jarak minimarket minimal 1 (satu) km dengan pedagang kios kecil atau tradisional, namun pada kenyataannya, saat ini kita dapat menemukan minimarket yang bersebelahan dengan kios ataupun pasar tradisional. Ditambah lagi dengan buruknya kondisi kios tradisional, kondisi ini haruslah mendapat penanganan yang serius dari pemerintah karena menyangkut hajat hidup orang banyak. Menjadikan kios kecil kelas rumah tangga sebagai tempat perbelanjaan yang nyaman dan menarik adalah suatu tantangan diupayakan pemerintah sebagai rasa tanggung jawab kepada publik serta harus mendorong pedagang tradisional untuk melakukan perubahan pelayanan layaknya pedagang modern agar tidak tersingkir dalam perebutan konsumen. Di Makassar, saat ini terdapat sedikitnya 83 gerai minimarket dan akan bertambah 20 gerai baru yang telah mengantongi izin Pemerintah Kota Makassar, Belum lagi gerai-gerai minimarket lokal yang juga banyak bermunculan. Minimarket ini tersebar di seluruh wilayah kota, saling bersaing satu sama lain, bahkan saling berhadapan. Sementara kios tradisional terus berupaya bertahan ditengah persaingan.

---

<sup>15</sup> .Laila Nurul Fajri, 2012, *Analisis Kesesuaian Lokasi Minimarket di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat*, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, h. 15

Toko moderen merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, minimarket dan lain-lain. Batas toko moderen ini dipertegas di pasal 3, dalam hal luas lantai penjualan sebagai berikut: a) Minimarket, kurang dari 400 m<sup>2</sup> (empat ratus meter persegi); b) Minimarket, 400 m<sup>2</sup> (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5.000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter persegi). Batasan pasar tradisional di atas di mana, berdampak kurang mewakili pengertian ritel tradisional secara utuh. Karena, berbeda dengan batasan toko modern yang terperinci mulai dari bentuk yang terkecil (minimarket) hingga yang terbesar (*hypermarket*), batasan pasar tradisional hanya menjelaskan adanya tempat yang luas (atau cukup luas) untuk melokalisasikan toko, kios, dan petak- petak, sebagai tempat usaha milik para pedagang dan tempat masyarakat membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, bila menggunakan klasifikasi bentuk ritel dalam mengkaji persaingan ritel tradisional dan ritel modern, agar berimbang dengan batasan toko modern yang terperinci dalam berbagai ukuran, maka perlu ditambahkan jenis ritel ukuran-ukuran kecil dalam ritel tradisional seperti toko, kios, dan warung yang tidak berada dalam lokasi pasar. Persaingan antara ritel tradisional dan ritel modern terjadi antara jenis ritel dalam ukuran yang kurang lebih sama: minimarket dengan toko dan kios di sekitarnya: pasar tradisional dengan minimarket dan supermarket.<sup>16</sup>

Ketiga jenis ritel modern, minimarket, dan hypermarket, mempunyai karakteristik yang sama dalam model penjualan, yaitu dilakukan secara eceran langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan, artinya pembeli mengambil sendiri barang dari rak-rak dagangan dan membayar di kasir. Kesamaan lain,

---

<sup>16</sup>Bahar Ilham, *Dampak Mini Market Terhadap Pendapatan Warung Tradisional di Kota Palopo*, (Palopo: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Palopo, 2015), h. 12

barang yang diperdagangkan adalah berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari. Perbedaan diantara ketiganya, terletak pada jumlah item dan jenis produk yang diperdagangkan adalah berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari. Perbedaan di antara ketiganya, terletak pada jumlah item dan jenis produk yang diperdagangkan, luas lantai usaha dan lahan parkir, dan mudah bagi usaha yang dibutuhkan.

## 2. Fungsi Minimarket

Awal hadirnya Minimarket di wilayah hunian warga tentu memberi warna baru bagi kehidupan masyarakat Kota, karena warga tidak perlu lagi jauh-jauh untuk berbelanja secara swalayan. Barang yang terjamin kualitasnya dan harga yang sesuai dengan pasar.<sup>17</sup>

Karena dianggap sebagai potensi bisnis yang bagus, maka saat ini, hampir disetiap wilayah baik dilingkungan perkantoraan, perumahan, wisata dan fasilitas umum terdapat lebih dari satu Minimarket ini tentunya berdampak bagi toko dan warung konvensional yang sudah ada sebelumnya. Namun disisi lain, menyebarnya bisnis ini dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan milik Negara maupun swasta sebagai tempat transaksi secara online.

Kini Minimarket bukan lagi sekedar tempat perbelanjaan namun ada beberapa hal yang dapat dilakukan disana, beberapa hal yang dapat dilakukan di Minimarket sebagai berikut:

- a. Membeli tiket,  
baik tiket kereta api maupun pesawat bahkan tiket sebuah pertunjukan dapat dipesan di Minimarket.
- b. Membeli voucher,

---

<sup>17</sup>Ariyani NA, *Fungsi Minimarket*, [http://m.kompasiana.com/aryani\\_12/kini-Minimarket-bukan-hanya-tempat-belanja\\_560a2e9e5493738f08a8cd4e](http://m.kompasiana.com/aryani_12/kini-Minimarket-bukan-hanya-tempat-belanja_560a2e9e5493738f08a8cd4e), diakses tgl 25/12/2015

baik pulsa handphone, token listrik, voucher game online dan lain-lain yang berkaitan dengan voucher.

c. ATM,

kini di Minimarket banyak terdapat mesin ATM, bukan hanya satu mesin, tetapi bisa terdiri lebih dari satu mesin dengan fungsi yang berbeda, misalnya mesin transaksi tunai dan setoran tunai.<sup>18</sup>

3. Bentuk dan letak Minimarket

Minimarket (pasar modern) merupakan tempat perbelanjaan yang menyediakan hampir seluruh dari kebutuhan sehari-hari manusia dengan sistem pelayanan dan kebersihan yang baik,<sup>19</sup> namun tidak selengkap dan sebesar supermarket. Minimarket mempunyai luas lantai penjualan di bawah 400 m dengan tempat strategis, pada umumnya tempat pembangunan Minimarket biasanya terletak ditempat keramaian atau tempat umum.

4. Sejarah Minimarket

Negara yang pertama kali mengenalkan Minimarket yaitu Amerika. Kemudian berkembangnya ke Eropa, Asia hingga ke seluruh penjuru Dunia. Di Asia, Minimarket berkembang setelah perang Dunia ke II. Negara yang memulai pertama kali di Asia adalah Jepang, kemudian Korea, Taiwan, Hongkong dan pada sekitar tahun 1970-an, Minimarket sampai ke Bangkok, Singapura, dan Indonesia mulai dari Jakarta hingga menyebar keseluruh penjuru tanah air. alhasil tidak pernah menemukan kesulitan untuk Swalayan.

---

<sup>18</sup> ibid

<sup>19</sup>Anwar Malik, <http://www.koranmetro.com>, read/2015/08/19, *Mengenal-Macam-Macam-Toko-Modern*,html?=m1, diakses tgl 27/11/2015

Perkembangan Minimarket tumbuh dalam berbagai model yang dibedakan atas luasnya, ragam, produknya, dan sistem transaksinya.<sup>20</sup> Minimarket di Indonesia pada awalnya mengikuti gaya Minimarket Amerika dengan ciri-ciri rak barang gondola tinggi lebar dengan *layout* dan dekorasi sederhana. Mulai tahun 1980-an trend Minimarket di Jakarta mulai mengikuti ke Jepang dengan ciri *layout* dan dekorasi-dekorasi, banyak hiasan menarik dengan gondola yang lebih pendek sesuai dengan postur orang asia pada umumnya.<sup>21</sup>

#### ***D. UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah)***

Usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu Negara atau pun daerah. Peran penting tersebut telah mendorong banyak Negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan UMKM. Walaupun kecil dalam skala jumlah pekerja, aset dan omset, namun karena jumlahnya cukup besar, maka peranan UMKM cukup penting dalam menunjang perekonomian. Setidaknya ada 3 (tiga) alasan yang mendasari Negara berkembang memandang pentingnya keberadaan UMKM, yaitu: (1) kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif. (2) sebagai bagian dari dinamikanya, UMKM sering mencapai produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. (3) Karena sering diyakini bahwa UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dari pada usaha besar.

#### ***E. Definisi Usaha Kecil Menengah***

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan di kelola oleh pemerintah, baik itu pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan

---

<sup>20</sup>Pranowo Hadi, *Manajemen Minimarket*, <http://ginasupriatin.blogspot.co.id/sejarah-singkat-mini-market.html?m=1> diakses tgl 15/12/2015

<sup>21</sup>ibid

Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Usaha kecil adalah toko berukuran relatif sederhana dengan barang dagangan yang terbatas dan dikelola secara tradisional, umumnya hanya menjual bahan pokok atau kebutuhan sehari-hari yang terletak di daerah perumahan atau pemukiman, biasa dikenal sebagai toko kelontong. Pasar tradisional merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih tradisional dan simpel daripada pasar modern, umumnya pasar tradisional tersebut terdapat di pinggiran perkotaan/jalan atau lingkungan perumahan. Pasar tradisional diantaranya yaitu warung rumah tangga, warung kios, pedagang kaki lima dan sebagainya. Barang yang dijual di sini hampir sama seperti barang-barang yang dijual di pasar modern dengan variasi jenis yang beragam. Tetapi pasar tradisional cenderung menjual barang-barang lokal saja dan jarang ditemui barang impor. Karena barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama dengan pasar modern, maka barang yang dijual pun mempunyai kualitas yang relatif sama terjaminnya dengan barang-barang di pasar modern.

Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri-sendiri. Selain itu, harga pasar selalu berubah-ubah, sehingga bila menggunakan label harga lebih repot karena harus

mengganti ganti label harga sesuai dengan perubahan harga yang ada dipasar.

Pasar secara harfiah berarti tempat berkumpul antara penjual dan pembeli untuk tukar menukar barang, atau jual beli barang. Pasar dalam konsep urban Jawa adalah kejadian yang berulang secara ritmik di mana transaksi sendiri bukan merupakan hal yang utama, melainkan interaksi sosial dan ekonomi yang dianggap lebih utama. Pasar sebagai sistem maksudnya adalah pasar yang mempunyai suatu kesatuan dari komponen-komponen yang mempunyai fungsi untuk mendukung fungsi secara keseluruhan, atau dapat pula diartikan pasar yang telah memperlihatkan aspek-aspek perdagangan yang erat kaitannya dengan kegiatan jual-beli, misalnya adanya lokasi atau tempat, adanya ketentuan pajak bagi para pedagang, adanya berbagai macam jenis komoditi yang diperdagangkan, adanya proses produksi, distribusi, transaksi dan adanya suatu jaringan transportasi serta adanya alat tukar.

Pasar telah mendapatkan perhatian memadai dari para ulama klasik seperti Abu Yusuf, Al-Ghazali, Ibn Khaldun, Ibn Taimiyah. Pemikiran-pemikiran mereka tentang pasar tidak saja mampu memberikan analisis yang tajam tentang apa yang terjadi pada masa itu, tetapi tergolong *futuristik*. Banyak dari pemikiran mereka baru dibahas oleh ilmuan barat bahkan sampai belasan tahun kemudian.

Adanya UKM usaha kecil menengah pada setiap negara akan selalu bergantung pada kekuatan ekonomi di wilayah tertentu atau Negara dari organisasi yang memberikan definisi kepada UKM usaha kecil menengah. Definisi pada Negara bagian Eropa pasti akan berbeda dengan definisi UKM pada Negara Indonesia.

Pengertian Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia merujuk kepada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Bab I pasal 1

menyebutkan bahwa, Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang.<sup>22</sup>

## ***F. Usaha Kecil***

### **1. Pengertian usaha kecil**

Usaha kecil, dalam arti umum di Indonesia, terdiri atas usaha kecil, menengah (UKM), maupun industri kecil (IK). Telah menjadi bagian terpenting dari site ekonomi melalui misi penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta ikut berperan dalam meningkatkan devisa dan struktur ekonomi nasional.

#### Jenis usaha kecil

Jenis usaha kecil dikategorikan berdasarkan jenis produk atau jasa yang dihasilkan maupun aktivitas yang dilakukan oleh suatu usaha kecil, berbagai ragam jenis usaha kecil yang dikenali meliputi:

#### a. Usaha perdagangan

Keagenan, pengecer, ekspor/impor, sektor informal seperti pengumpulan barang bekas kaki lima dan lain-lain

#### b. Usaha industri

Industri logam atau kimia, pertambangan, pengerajin perhiasan, konveksi, makanan atau minuman seperti produsen makanan tradisional, minuman ringan, catering, dan produk lainnya.

#### c. Usaha jasa

---

<sup>22</sup>Made Darmawati, Kewirausahaan, (Jakarta: Rajawali Pers, 2006), h. 263.

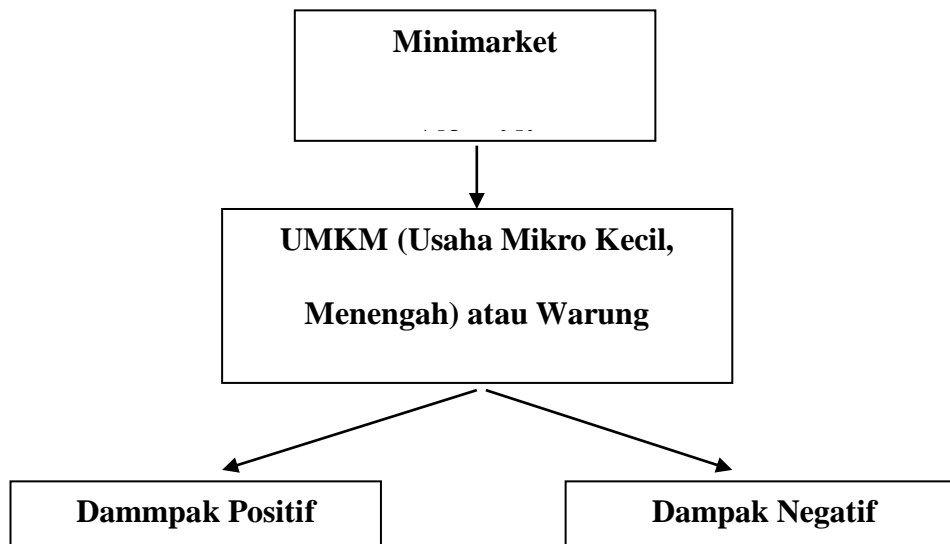
Konsultan, perbengkelan, restoran, transportasi seperti travel, taxi, angkutan umum dan lain-lain.

d. Usaha jasa konstruksi

Kontraktor bangunan, jalan, kelistrikan, jembatan, pengairan dan usaha yang berkaitan dengan konstruksi bangunan.

***G. Kerangka Fikir***

Kerangka berfikir merupakan serangkaian konsep dan penjelasan hubungan antara konsep yang telah dirumuskan oleh peneliti berdasarkan tinjauan pustaka, dengan meninjau teori yang disusun dan hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan apa yang akan diteliti. Kerangka fikir ini digunakan sebagai dasar untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diangkat. Berdasarkan uraian diatas maka bagian kerangka fikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### *A. Desain dan Jenis Penelitian*

Penelitian ini dilaksanakan dan menggunakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang memakai metode pengamatan, berperan serta, dan wawancara mendalam yang digunakan secara teratur dalam ilmu-ilmu sosial.<sup>23</sup> Penelitian kualitatif juga merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data diskriptif berupa ucapan kata-kata atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subjek) itu sendiri adapun karakteristik penelitian kualitatif antara lain yaitu:

- a. Berlangsung latar yang alamiah.
- b. Peneliti sendiri merupakan instrumen atau alat pengumpul data yang utama.
- c. Analisis datanya dilakukan secara induktif.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu *deskriptif kualitatif* yaitu, suatu pengolahan data yang bersifat uraian, argumentasi, dan pemaparan yang kemudian akan dianalisis. Peneliti ini diharapkan memberikan gambaran melalui kumpulan-kumpulan data yang diperoleh setelah dianalisis, dibuat dan disusun secara sistematis (menyeluruh) dan sistematis yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati yang memiliki validitas baik, baik bersumber dari pustaka (*library*), serta dilakukan dengan uraian dan analisis yang mendalam dari data yang di peroleh dari lapangan.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup>.L.J Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif* (Bandung : Remaja Karya, 1989) h.3

<sup>24</sup>Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, *Kualitatif Dasar-dasar Penelitian*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1993), h.107

## ***B. Lokasi dan Waktu Penelitian***

Ada pun lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian yaitu di Kota Palopo. Lokasi ini dipilih karena sesuai dengan objek yang akan dikaji dalam penelitian ini.

### **1. Sumber data**

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti. Yang dilakukan dengan cara wawancara langsung kepada narasumber penelitian yakni para masyarakat yang bersangkutan dalam penelitian ini dan juga pegawai serta orang-orang yang berpengaruh penting terhadap minimarket dikota palopo.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak tertentu yang sangat berhubungan dengan penelitian. Data diperoleh dengan cara:

- 1) Pencatatan, yaitu dengan mencatat dari laporan-laporan yang mendukung penelitian.
- 2) Studi Kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data dengan membaca referensi yang berhubungan dengan objek penelitian.

## ***C. Informan/Subjek Penelitian***

Informan atau subjek penelitian adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sumber perolehan data dalam sebuah penelitian. Peran subyek penelitian adalah memberikan tanggapan dan informasi terkait data yang dibutuhkan oleh penelitian, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penelitian ini yang menjadi sumber informan adalah masyarakat yang mempunyai UMKM (usaha mikro kecil, menengah), para pegawai minimarket dan juga beberapa konsumen.

#### ***D. Teknik Pengumpulan Data***

Proses pengumpulan data, penulis menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

##### *a. Field Research,*

*Field Research* yaitu pengumpulan data yang berkaitan judul skripsi ini langsung dari lokasi penelitian.<sup>25</sup> Pada teknik ini digunakan beberapa instrument sebagai berikut:

##### 1). Observasi

Observasi yang dilakukan adalah observasi berstruktur, yaitu pengamatan yang dilakukan setelah penelitian mengetahui aspek-aspek apa saja dari objek yang diamati yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian. Dalam hal ini peneliti terlebih dahulu merencanakan hal-hal apa saja yang akan diamati agar masalah yang dipilih dapat dipecahkan.<sup>26</sup>

##### 2). Wawancara

Wawancara yaitu sebagai alat pengukuran informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan kepada narasumber yang diajukan secara lisan dan dijawab secara lisan pula. Hasil wawancara kemudian diolah dan dikolaborasikan dengan hasil yang dikumpulkan dari pola pengumpulan data yang lainnya.

##### *b. Library Research,*

---

<sup>25</sup> Suguyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h.194.

<sup>26</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h.220.

*Library Research* yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku yang merujuk dengan pembahasan skripsi ini, penulis menggunakan teknik pengutipan sebagai berikut:

- 1). Kutipan langsung, yaitu mengutip tanpa mengubah redaksi teks yang dikutip sebagaimana dengan teks aslinya.
- 2). Kutipan tidak langsung, yaitu mengutip dengan hanya mengambil intisari atau makna dari teks yang dikutip tanpa mengikuti redaksi aslinya.

### ***E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data***

#### **1. Teknik pengolahan data**

Maleong menyimpulkan bahwa analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dirumuskan hipotesis kerja sebagaimana yang disarankan oleh data.<sup>27</sup>

Data yang telah diperoleh dan diolah dalam penulisan skripsi ini, akan dianalisa dengan menggunakan tehnik sebagai berikut:

##### **a. Teknik Induktif,<sup>28</sup>**

Teknik Induktif yaitu teknik analisa data yang bertitik tolak teori pengetahuan yang bersifat khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.

##### **b. Teknik Deduktif,**

Teknik Deduktif yaitu suatu bentuk penganalisaan yang bersifat umum kemudian menarik kesimpulan yang bersifat khusus.

---

<sup>27</sup> L.C Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Karya, 1989), h.25

<sup>28</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Penelitian Research*, (Cet.II; Yogyakarta: UGM,1997), h.66

c. Teknik Komperatif,

Teknik Komperatif yaitu analisa data dengan membandingkan suatu fakta dengan fakta yang lain tentang masalah yang berhubungan dengan pembahasan kemudian suatu kesimpulan.<sup>29</sup>

2. Metode analisis data

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari kelompok subjek yang akan diteliti dan tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis.<sup>30</sup>

Penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu data yang dikumpulkan umumnya berbentuk kata-kata dan kebanyakan bukan angka-angka. Kalaupun ada angka-angka sifatnya hanya sebagai penunjang.<sup>31</sup> Data yang dimaksud meliputi wawancara, catatan data lapangan, dokumen pribadi, nota dan catatan lainnya. Termaksud didalamnya deskripsi mengenai tata situasi yang akan menjelaskan analisis penelitian yang lebih fokus kepada dampak pada tiap produk yang sama-sama disediakan di Minimarket terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) atau warung-warung kelontong yang berada di sekitar Minimarket.

---

<sup>29</sup> Winarno Surachman, *Desain Tehnik Research*, (Bandung: Tarsito, 1997), h.137

<sup>30</sup> Saifuddin Aswar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar off set, cet, ke-1, 1998), H.61

<sup>31</sup> Sudarwan Damim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h,61

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### ***A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian***

##### **1. Sekilas Tentang Kota Palopo**

Kota Palopo adalah sebuah Kota di Provinsi Sulawesi-selatan, Indonesia. Kota Palopo sebelumnya berstatus Kota administratif sejak 1986 dan merupakan sebagian dari kabupaten luwu dan kemudian berubah menjadi Kota pada tahun 2002 sesuai dengan UU Nomor 11 tahun 2002 tanggal 10 april 2002.

Pada awal berdirinya sebagai Kota otonom, Palopo terdiri atas empat Kecamatan dan 20 Kelurahan, kemudian pada tanggal 28 April 2005, berdasarkan perda Kota Palopo Nomor 03 tahun 2005, dilaksanakan pemekaran wilayah Kecamatan menjadi 9 Kecamatan dan 48 Kelurahan.

Kota Palopo memiliki luas wilayah 247,52 km<sup>2</sup> dan berpenduduk di tahun 2016 kurang lebih sebanyak 160.819 jiwa, Kota Palopo dulunya bernama yang dikenal dengan epik Lagalaigo. Nama Palopo diperkirakan mulai digunakan pada tahun 1604, bersamaan dengan pembangunan masjid Jami'Tua. kata Palopo diambil dari dua bahasa yaitu Bugis dan Luwu, arti yang pertama adalah penganan ketan dan air gula merah dicampur, arti yang kedua dari Kota Palopo adalah memasukan pasak kedalam tiang bangunan. Dua kata ini ada hubungannya dengan pembangunan dan penggunaan resmi Mesjid Jami' Tua Palopo yang dibangun.

Kota Palopo sebagai Kota kuno yang berkembang pesat, pusat Kota ini menyerupai Kota-kota lainnya yang berada di Indonesia dimana pusat Kota berada di Balai Kota dan kantor-kantor pemerintahan lainnya.

Dengan pertumbuhan yang pesat, Kota Palopo memiliki potensi luas wilayah dan besar jumlah penduduk, sejalan dengan itu dalam rangka efisiensi dan efektivitas menyelenggarakan pemerintahan dan pembangunan, maka perlu diadakan pemekaran Kecamatan, Kelurahan atau Desa yang berada di wilayah Kota Palopo.

Adapun yang menjadi latar belakang pemikiran dan pertimbangan ditingkatkan statusnya menjadi Kota, karena perkembangan dan kemajuan yang telah menunjukkan ciri-ciri dan sifat kehidupan perkotaan yang memerlukan pembinaan serta peraturan penyelenggaraan secara khusus.

### ***B. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Kota Palopo dan Sejarah Minimarket Alfamidi di Kota Palopo***

#### **1. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Palopo**

Secara sadar atau tidak, kegiatan ekonomi memberi nilai penting dalam kehidupan kita, mungkin dalam kegiatan kita di setiap harinya didominasi oleh ekonomi, maka dari itu memahami perilaku dalam kegiatan ekonomi memerlukan banyak waktu dalam memberi refleksi langkah kegiatan kita. Kemungkinan bahwa kegiatan ekonomi dalam setiap harinya akan menyita waktu kita dan topik ini sangat memperhatikan dalam kehidupan kita. Seperti yang dikatakan oleh ibu Asparih S.E yang menjabat sebagai kepala seksi UMKM Dinas Koperindag Kota Palopo. “tumbuhnya perekonomian di Kota Palopo tak luput dari bangkitnya usaha ekonomi kerakyatan melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mampu mengurangi pengangguran dan dapat menggerakkan laju perputaran uang di Kota Palopo<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Aspari S.E, Kepala Seksi UMKM Dinas Koperindag ,Kota Palopo, pada tanggal 16/07/2016.

## 2. Sejarah Minimarket (Alfamidi) di Kota Palopo

Minimarket Alfamidi merupakan sebuah toko swalayan yang memiliki konsep untuk menyesuaikan perubahan belanja konsumen dari belanja bulanan menjadi belanja mingguan di toko yang terdekat. Minimarket Alfamidi dikembangkan dengan konsep supermarket mini yang menempati luas area penjualan antara 200 hingga 400 meter persegi. Keunikan Minimarket Alfamidi dibandingkan dengan Minimarket lainnya adalah Minimarket Alfamidi<sup>33</sup> menyediakan produk *fresh food*, daging olahan dan makanan beku yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Pada tahun 2009 Minimarket Alfamidi bekerja sama dengan perusahaan Alfaexpres yang menjadi pelengkap produk Minimarket Alfamidi sebagai penyedia makanan dan minuman siap saji serta berbagai macam makanan lainnya seperti onigiri, bento, nasi goreng, pasta serta produk minuman seperti kopi, coldiezt, dan kebutuhan pokok lainnya dengan harga yang terjangkau, tempat belanja yang nyaman, serta lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan juga bertujuan untuk menjadi jaringan yang mampu menyatu dengan masyarakat, mampu memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan dan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Tabel 1

Perincian jumlah Minimarket Alfamidi di Kota Palopo

No	Kecamatan	Kelurahan	Nama Jalan	Unit Minimark et	Jumlah
----	-----------	-----------	------------	------------------------	--------

---

<sup>33</sup>Hendri Aldiy dan Budimulyanto, <https://www.google.co.id/search?hl=id&ie=ISO-8859-1&q=sejarah+alfamidi>, diakses tgl 02/08/2016

1	Bara	Balandai	Jln,Dr. Ratulangi	1	1
2	Bara	Temalebba	Jln,Dr. Ratulangi	1	1
3	Wara	Amassangan	Jln. Andi	1	1
4	Selatan	Boting	Djemma	1	1
5	Wara	Binturu	Jln,Opu. Tosappaile	1	1
6	Wara	Tompotikka	Jln. Jendral	1	1
7	Selatan	Luminda	Sudirman	1	1
8	Wara	Surutanga	Jln. Kelapa	1	1
	Wara		Samratulangi		
	Utara		Jln. Andi		
	Wara		Kambo		
	Timur				
					8

*Sumber Data: Kantor Dinas Koperindag Kota Palopo.*

Dari perincian tabel di atas menjelaskan bahwa, waralaba Minimarket Alfamidi di Kota Palopo sangat cepat berkembang, dari tahun 2013 hingga 2016 hanya berselisih 3 tahun dapat menghasilkan 8 unit Minimarket Alfamidi di Kota Palopo, apalagi tempat keberadaan Minimarket Alfamidi di Kota Palopo berada di tempat keramaian atau padat penduduk, seperti Minimarket Alfamidi yang berada di jalan.dr.ratulangi Kota Palopo terdapat 3 unit Minimarket Alfamidi masing-masing berada 2 unit di Kecamatan Bara dan 1 unit di Kecamatan Wara Utara. Jalan Dr.ratulangi merupakan jalan poros Kota Palopo sebelah Utara yang

merupakan jalan transportasi yang ramai akan penduduk. Selain itu, di jalan Andi Djemma Kecamatan Wara terdapat 1 unit yang dimana jalan Andi Djemma di Kota Palopo merupakan jalan penghubung ke jalan poros sebelah Selatan Kota Palopo, di jalan Andi Djemma sendiri salah satu jalan yang ramai akan penduduk. Berbeda dengan Minimarket Alfamidi di jalan Opu Tosappaile Kecamatan Wara dan jalan Kelapa Kecamatan Tompotikka, dimasing-masing jalan terdapat 1 unit Minimarket Alfamidi, akan tetapi terletak pada pusat Kota yang memilih tempat tepat berdekatan dengan perempatan jalan. Dan juga Minimarket Alfamidi yang berada di jalan Jendral Sudirman Kota Palopo terdapat 2 unit, di jalan Jendral Sudirman dapat di katakan dengan jalan yang paling padat penduduknya di Kota Palopo, pasalnya di jalan Jendral Sudirman ini terdapat tempat-tempat hiburan, tempat makan dan tempat perbelanjaan sehingga ramai akan penduduk, selain itu jalan Jendral Sudirman merupakan jalan poros Kota Palopo yang berada di sebelah Selatan Kota Palopo.

***C. Dampak Minimarket Alfamidi Terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) atau Warung Kelontong di Kota Palopo.***

Secara langsung maupun tidak langsung, tidak lebih kehadiran Minimarket jelas berdampak pada masyarakat dan usaha-usaha masyarakat itu sendiri yang berada disekitar Minimarket baik itu berdampak positif maupun berdampak negatif terhadap usaha masyarakat tersebut, apalagi usaha-usaha yang didirikan oleh masyarakat mempunyai produk yang sama dan berdekatan dengan Minimarket, pastinya ini menyebabkan dampak negatif bagi para masyarakat yang membuka usaha sebelum adanya Minimarket didirikan.

Dampak secara sederhana diartikan sebagai pengaruh atau faktor-faktor yang mempengaruhi atau dalam kata lain merupakan akibat yang ditimbulkan dari

setiap masalah yang terjadi sehingga mempengaruhi suatu titik yang berproses pada lanjutan maupun dampak dari sebuah pelaksanaan.<sup>34</sup>

Sampai saat ini jumlah usaha Warung Kelontong yang didirikan oleh masyarakat kini keuntungan atau pendapatan yang didapatkan tidak sebaik dulu sejak kehadiran Minimarket Alfamidi berada di sekitarnya hadir.

Tabel 2

Perincian Jumlah Usaha Warung Kelontong milik Masyarakat yang berada di sekitar Mnimarket Alfamidi

No	Kecamatan	Kelurahan	Nama Jalan	Unit Usaha	Jumlah
1	Bara	Balandai (lemo-lemo)	Jln,Dr. Ratulangi	4 Unit	4
2	Bara	Balandai	Jln,Dr. Ratulangi	5 Unit	5
3	Wara utara	Luminda	Jln, Samratulangi	2 Unit	2
4	Wara Selatan	Tompotikka	Jln,Opu. Tosappaile	6 Unit	6
5	Wara	Amasangan	Jln. Andi Djemma	4 Unit	4
6	Wara Selatan	Binturu	Jln. Jendral sudirman	5 Unit	5
7	Wara Selatan	Surutanga	Jln. Andi Kambo	5 Unit	5

<sup>34</sup>Sunyoto Usman, *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar 2012), cet.1 h.249

8	Kecamatan Wara	Lagaligo	Jln. Kelapa	3 Unit	3
					34

*Sumber data: hasil Observasi dan Wawancara Kota Palopo*

Dari perincian tabel diatas, jumlah menyeluruh usaha Warung Kelontong milik masyarakat yang berada disekitar Minimarket Alfamidi di Kota Palopo berjumlah 35 unit usaha. Ini artinya bahwa ada 34 unit usaha milik masyarakat terancam akan mengalami penurunan omzet dan bisa saja mengakibatkan kebangkrutan, bagi usaha yang didirikan oleh masyarakat yang berada disekitar Minimarket Alfamidi di Kota Palopo. Apalagi sistem yang dipakai Minimarket Alfamidilebih modern dibandingkan dengan usaha Warung Kelontong milik masyarakat yang hanya bersifat Tradisonal.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dengan melihat hasil penelitian skripsi yang berjudul dampak Minimarket terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) di Kota Palopo, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Kehadiran Minimarket Alfamidi di Kota Palopo memberikan dampak negatif terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) atau Warung Kelontong milik masyarakat, karena disebabkan oleh beberapa faktor dan yang paling berpengaruh atas kehadiran Minmarket Alfamidi di Kota Palopo, menyebabkan para usaha Warung Kelontong milik masyarakat menjadi sepi pembeli, karena produk yang berada di Minimarket Alfamidi lebih baik dibandingkan dengan produk atau barang yang berada di usaha Warung Kelontong milik masyarakat, dan juga Barang-barang di usaha Warung Kelontong milik masyarakat menjadi tidak laku, serta Usaha Warung Kelontong milik masyarakat menjadi sepi konsumen sehingga harus membuka usaha yang lain untuk memenuhi kelangsungan dan kebutuhan hidup.

Akan tetapi kehadiran Minimarket Alfamidi di Kota Palopo juga mempunyai sisi positif untuk para masyarakat konsumtif sebagai berikut:

2. Terciptanya peluang kerja dan ini dapat mengurangi jumlah angka pengangguran di Kota Palopo, dan juga kehadiran Minimarket Alfamidi di Kota Palopo mempermudah masyarakat dalam membeli barang atau produk yang dibutuhkannya.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Bagi para usaha Warung Kelontong milik masyarakat, hendaknya senantiasa berusaha dan bersaing dengan adanya Minimarket Alfamidi di sekitar usahanya dengan cara meningkatkan keragaman produk, terutama pada ketersediaan produk secara lengkap dan berkualitas dan juga memberikan pelayanan yang lebih baik terhadap konsumen.
2. Bagi pemerintah, harusnya perlu memikirkan kelangsungan hidup bagi masyarakat yang memiliki usaha Warung Kelontong, ini dapat diwujudkan dengan mengatur lokasi atau jarak antara Minimarket Alfamidi dengan usaha Warung Kelontong milik masyarakat, seperti yang ada pada peraturan Negara hendaknya dipertegas kembali dan mengeluarkan kebijakan serta perlindungan untuk usaha milik masyarakat.
3. Membantu masyarakat yang memiliki usaha Warung Kelontong mengantisipasi perubahan lingkungan yang akan mengancam keberadaan usaha masyarakat. Ini dikarenakan sifat para masyarakat yang memiliki usaha di sekitar Minimarket Alfamidi pada umumnya lemah dalam banyak hal, maka diperlukan adanya peran pemerintah secara aktif memberdayakan usaha Warung Kelontong milik masyarakat di sekitar Minimarket Alfamidi menjadi tidak mati. Ini dapat dilakukan dengan cara membantu akses mereka dalam mendapatkan informasi, modal, dan hubungan dengan produsen atau pemasok.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldiy Hendri dan Budimulyanto, [https:// www. google. co.id/search? hl=id&ie=ISO-8859-1&q=sejarah+alfamidi](https://www.google.co.id/search?hl=id&ie=ISO-8859-1&q=sejarah+alfamidi), diakses tgl 02/08/2016
- Anindhita Aulia Eka, *Kajian Manajemen Risiko Pembiayaan UMKM Pada Produk Murabahah Dan Ijarah (Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI Ciputat) (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, 2012)*
- Aswar Saifuddin, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar off set, cet, ke-1, 1998),
- Basar Ade Muhammad Alimul, *Peranan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Cibeurem Kabupaten Kuningan, (Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, 2015)*
- Blogger, <http://peuyeumcipatat.blogspot.com/2012/12/Definisi-UMKM.html>, diakses tgl. 17/12/2015
- Bogdan Robert dan Taylor Steven J., *Kualitatif Dasar-dasar Penelitian*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1993),
- Damim Sudarwan, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002)
- Darmawati Made, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2006),
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Tangerang: PT. Kalim 2010)
- Fajri Laila Nurul, 2012, *Analisis Kesesuaian Lokasi Minimarket di Kecamatan Lemban Kabupaten Bandung Barat*, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung,

Gunadi SYS,.Himpunan Istilah Komusikasi,(Jakarta: PT.Gramedia Indonesia, 1998)

Hadi Pranowo, *Manajemen Minimarket*, <http://ginasupriatin.blogspot.co.id/sejarah-singkat-mini-market.html?m=1> diakses tgl 15/12/2015

Hadi Sutrisno, *Metodologi Penelitian Research*, (Cet.II; Yogyakarta: UGM,1997)

Hadis Explorer: *Terjemah Sunan Bukhari dan Muslim*.

Ilham Bahar, *Dampak Mini Market Terhadap Pendapatan Warung Tradisional di Kota Palopo*, (Palopo: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Palopo, 2015)

Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta:2001), 849.

Malik Anwar,[http://www.koranmetro.com, read/2015/08/19, Mengenal-Macam-Macam-Toko-Modern.html?m1](http://www.koranmetro.com/read/2015/08/19/Mengenal-Macam-Macam-Toko-Modern.html?m1), diakses tgl 27/11/2015

Moleong L.J, *Metodologi penelitian kualitatif* (Bandung : Remaja Karya, 1989)

NA Ariyani, *Fungsi Minimarket*, [http://m.kompasiana.com/aryani\\_12/kini-Minimarket-bukan-hanya-tempat-belanja\\_560a2e9e5493738f08a8cd4e](http://m.kompasiana.com/aryani_12/kini-Minimarket-bukan-hanya-tempat-belanja_560a2e9e5493738f08a8cd4e), diakses tgl 25/12/2015

Nirmalawati Dyah, *Kajian Persaingan dalam Industry Ritel*, (Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) 2004)

Peraturan Presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, 2007, [www.bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id), 12-02-2011

Riyanto A dan Fredrdauid, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: SELEMBA EMPAT, edisi10, 2006),

S.E Aspari, *Kepala Seksi UMKM Dinas Koperindag* ,Kota Palopo, pada tanggal 16/07/2016.

Sopiah, *Manajemen Bisnis Ritel*, Skripsi, (Yogyakarta: ANDI, 2008)

Suguyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008)

Sukmadinata Nana Syaodih, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007)

Surachman Winarno, *Desain Tehnik Research*, (Bandung: Tarsito, 1997)

Susana Siti, *Peranan Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbabu)* (Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2012)

Usman Sunyoto, *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar 2012), cet.1

Yohana Ema, Paidi Hidayat, Analisis Dampak Kehadiran Ritel Modern terhadap Ritel Tradisional di Kota Medan (Studi Kasus Kehadiran Ritel Indomaret di Empat Kecamatan Kota Medan), *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* vol. 1, no. 4, Maret 2013