

**ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN MINIMARKET TERHADAP USAHA
MIKRO DAN KECIL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus Minimarket Kecamatan Panakukkang Kota Makassar)



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Syari'ah (SH) Pada Program Studi
Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar**

Oleh :

Wahyu

105 25 0116 13

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
1438 H/ 2018 M**



FAKULTASAGAMA ISLAM
UNIVERSITASMUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Graha Lt. IV Telp. (0411) 851914 Makassar 90223



PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "**Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Usaha Mikro dan Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam**" telah diujikan pada hari senin, 19 Ramadhan 1439 H. Bertepatan dengan tanggal 4 Juni 2018 M, dihadapan penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 19 Ramadhan 1439 H
04 Juni 2018 M

Dewan Penguji,

1. Ketua : Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, M.P. (.....)

2. Sekretaris : Sitti Marhumi, S.E., M.M (.....)

3. Anggota : 1. Dr. Syahrudin Yassen, S.Ag. M.B.A (.....)

2. Sitti Walidah Musatamin, S.pd., M.Si. (.....)

Pembimbing 1 : Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, M.P. (.....)

Pembimbing 2 : Hurriah Ali Hasan, ST, ME, PH, D (.....)

Disahkan Oleh:

Dekan FAL Unismuh Makassar



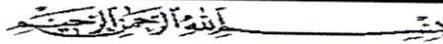
Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I

NBM : 554612



FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Gra' Lt. IV Telp. (0411) 851914 Makassar 90223



BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah mengadakan sidang Munaqasyah pada :

Hari/Tanggal : Senin, 04 Juni 2018 m / 19 Ramadhan 1439 H

Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan Alauddin

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudari.

Nama : Wahyu

NIM : 105 25 0116 13

Judul Skripsi : "Analisis dampak keberadaan mini market terhadap usaha mikro dan kecil dalam perspektif ekonomi islam)

Dinyatakan : LULUS

Mengetahui

Ketua

Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I
NIDN. 0931126249

Sekretaris

Dra. Mustahidang Usman, M. Si
NIDN. 0917106101

Dewan Penguji :

1. Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, M.P.
2. Sitti Marhumi, S.E., M.M
3. Siti Walidah Mustamin, S.Pd., M.Si.
4. Dr. Syahrudin Yassen, S.Ag. M.B.A

Makassar, 19 Ramadhan 1439 H

04 Juni 2018 M

Dekan,

Fakultas Agama Islam



Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I
NBM. 554612



FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Kantor: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Graha Lt. IV Telp. (0411) 851914 Makassar 90223



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : WAHYU
NIM : 105 25 0211613
Jurusan : Prodi Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Agama Islam

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi ini, saya akan menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun)
2. Saya tidak akan melakukan penjiplakan (Plagiat) dalam menyusun skripsi.
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 19 Ramadan 1439 H
04 Mei 2018 M

Yang Membuat Pernyataan



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Keberhasilan adalah sebuah proses. Niat awalmu adalah keberhasilan. Peluh keringatmu adalah penyedapnya. Tetesan air matamu adalah penawarnya. Doamu dan doa orang-orang disekitarmu adalah bara api yang mematangkannya. Kegagalan disetiap langkahmu adalah pengawetnya. Maka dari itu bersabarlah Allah selalu menyertai orang-orang yang penuh kesabaran dalam peroses menuju keberhasilan. Sesungguhnya kesabaran akan membuatmu mengerti bagaimna cara mensyukuri arti dari keberhasilan itu sendiri karena keberhasilan merupakan sebuah inpiian bagi setiap manusia.

Kupersembahkan karya ini buat :

Kedua orang tuaku, saudaraku, dan sahabatku,

atas keikhlasan dan doanya dalam mendukung penulis

waktu yang tepat tidak akan pernah datang bila kita hanya menunggu sambil berpangku tangan tanpa usaha, maka berusahalah karena tidak ada kata terlambat untuk mewujudkan harapan menjadi kenyataan dan bila kegagalan menghampirimu berusahalah untuk bangkit .

“jika kamu memiliki keinginan tuk memulai, kamu juga harus mempunyai keberanian dan keinginan untuk menyelesaikannya, bukan hanya mengahiri”

ABSTRAK

Wahyu. 105 25 011613. Judul Skripsi: Analisis Dampak keberadaan Minimarket terhadap usaha Mikro dan Kecil dalam Prespektif ekonomi islam. Dibimbing oleh **MUCHLIS MAPPANGAJA** dan **HURRIAH ALI HASAN.**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan di kecamatan Panakukang kota makassar. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dampak yg di timbulkan oleh minimarket terhadap usaha kecil. Dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu X_1 minimarket, Y_1 Usaha mikro dan kecil dan Y_2 Prespektif ekonomi islam.

Total sampling dalam penelitian ini berjumlah 60 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner atau angket. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelaku usaha kecil sebanyak 100 orang, dengan menggunakan rumus Slovin maka menghasilkan sampel sebanyak 60 sampel. Selanjutnya, data yang diperoleh melalui *instrument* tersebut kemudian diolah melalui analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin Minimarket, Usaha Mikro kecil dan Prespektif ekonomi islam berpegaruh positif dan signifikan dari hasil analisis inferensial yang menggunakan uji t dengan rumus regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel.

Kata kunci : Minimarket, Usaha Mikro Kecil dan Prespektif ekonomi islam

ABSTRACT

WAHYU. 105 25 011613. Thesis Title: Analysis of Minimarketing Impact on Micro and Small Enterprises in Islamic economic perspective. Guided by **MUHLIS MAPPANGAJA and HURRIAH ALI HASAN.**

This type of research is a quantitative research conducted in kecamatan Panakukang makassar city. This research includes quantitative research that aims to find out how far minimized to small businesses. In this study consists of three variables, namely X1 minimarket, Y1 Micro and small enterprises and Y2 Islamic economic perspective.

Total sampling in this research Hygiene 60 people. Data collection is done by distributing questionnaires or questionnaires. As for the population in this study is the number of small businesses as many as 100 people, using the Slovin formula then generate a sample of 60 samples. Furthermore, the data obtained from the instrument is then processed by multiple regression with the help of Partial Least Square (PLS) application.

The results showed that Minimarket margin, Small Micro Business and Islamic economic perspective have positive and significant influence from result of inferential analysis using t test with multiple linear regression formula which shows that value is bigger than t value of table.

Keywords: Minimarket, Micro Small Business and Islamic economic perspective

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil' Alamin penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Rab yang Maha pengasih tapi tapilih kasih, Maha penyayang yang tidak pilih sayang penggerak yang tidak bergerak, atas segala limpahan rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, yang telah membawa perubahan kepada manusia yang ada di muka bumi ini.

Tiada jalan tanpa rintangan, tiada puncak tanpa tanjakan, tiada kesuksesan tanpa perjuangan. Dengan kesungguhan dan keyakinan untuk terus melangkah, akhirnya sampai dititik akhir penyelesaian skripsi nantinya.

Segala usaha dan upaya telah dilakukan oleh penulis dalam rangka menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Namun, penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Akan tetapi, penulis tidak pernah menyerah karena penulis yakin ada Allah SWT yang senantiasa mengirimkan bantuan-Nya dan dukungan dari segala pihak. Oleh karena itu, penulis mengaturnya terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja , MP dan Hurriah Ali Hasan.M.E.Ph.D selaku pembimbing dalam menyelesaikan skripsi

ini. Bapak Dr. H. Abdul Rahman Rahim, MM selaku rektor Universitas muhammadiyah Makassar. Bapak Drs. H. Mawardi pewangi, M.pd.I selaku dekan fakultas agama islam. Bapak Dr. H. Muchlis Mappangaja , MP selaku ketua jurusan hukum ekonomi syariah, serta kepada seluruh bapak atau ibu tata usaha dan dosen pengajar. Tak lupa penulis berterimah kasih kepada teman-teman yang selalu memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa penulis berterima kasih kepada keluarga terutama orang tuaku tercinta yang telah memberikan kasih sayang, jerih payah, cucuran keringat, dan doa yang tidak putus-putusnya buat penulis, sungguh semua itu tak mampu penulis gantikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan karya selanjutnya. Semoga karya ini dapat bermamfaat bagi kita semua, Amin.

Makassar, 31 Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA MUNAQSYAH	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Pengertian minimarket	8
1.1. pelayanan	10
1.2. Produk	11

1.3. Promosi	12
1.4. Fasilitas.....	13
B. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	13
1. Pengertian usaha mikro	13
1.1. Modal	15
1.2. Pendapatan	16
1.3. Jual beli.....	18
1.4. Harga.....	22
C. Perspektif Ekonomi Islam	23
1. Keadilan	24
2. Halal	25
3. Distribusi	27
4. Zakat	28
D. KERANGKA PIKIR	32
E. KERANGKA KONSEPTUAL	30
F. HIPOTESIS	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Sumber Data	31
B. Sumber Data	32
C. Waktu dan Lokasi Penelitian	32
D. Populasi Dan Sampel	32
1. Populasi	32

2. Sampel	32
E. Teknik Pengumpulan Data	33
1. Wawancara	34
2. Dokumentasi	35
3. Observasi	36
4. Kuesioner	37
F. Metode Analisis	36
1. Partial Least Square (PLS)	37
2. Uji Hipotesis.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN – LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Putusan Banding.....	47
Tabel 4.2 Putusan Pengadilan Agama	48
Tabel 4.3 Pembagian Warisan	49
Tabel 4.4 Kesejahteraan Keluarga.....	50
Tabel 4.5 <i>Correlations (Dimensio)</i>	53
Tabel 4.6 <i>Composite Reliability</i>	57
Tabel 4.7 <i>Model Assessment (Dimension 1)</i>	58
Tabel 4.8 <i>Cross-Loadings (Monofactorial Manifest Variables)</i>	60
Tabel 4. 9 Path coefficients (Pembagian Warisan/1).....	64
Tabel 4. 10 Path coefficients (Kesejahteraan Keluarga /1)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Indicator Reflektif</i>	52
Gambar 4.2 <i>Loading Factor Correlation (Dimension)</i>	54
Gambar 4.3 <i>Loading Factor Correlation (Dimension)</i>	56
Gambar 4.4 Kontribusi Varibel Terhadap Minimarket.....	61
Gambar 4.5 Kontribusi Varibel Terhadap Perspektif ekonomi islami	62

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pedagang eceran (retail) merupakan perdagangan yang sangat strategis di Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja setelah sektor pertanian. Jenis perdagangan retail terbagi dua, yakni retail tradisional yang secara langsung diwakili oleh pedagang kecil atau kelontong yang berada di pasar tradisional maupun di perumahan dan retail modern yang diwakili oleh supermarket dan minimarket seperti, Indomaret, Alfamart dan minimarket yang mengusung nama lokal.¹

Usaha kecil merupakan sektor usaha yang banyak mendapatkan perhatian dari berbagai kalangan, hal ini layak diterima usaha kecil karena peranannya yang sangat dominan dalam pembangunan nasional Indonesia. Pada saat krisis ekonomi moneter akhir tahun 1997 banyak usaha besar jatuh bergelimpangan. Pada sisi lain usaha kecil mampu bertahan di tengah-tengah situasi yang sangat tidak kondusif.²

Minimarket menawarkan konsep wisata belanja yang terjangkau dari rumah. Minimarket pun dilengkapi dengan sejumlah fasilitas, seperti mesin

¹Jeri setiawan dkk, *Pengaruh Keberadaan minimarket terhadap kelangsungan hidup pedagang kelontong di Kelurahan Klender, Kec. Duren Sawi, Jakarta Timur, Jurnal Spatial Wahana Informasi dan Komunikasi*, Vol .10. No. 1 (maret 2012), hal. 20

² Suparyanto, *Kewirausahaan Konsep dan Realita Pada Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta. 2013), hal. 31

anjudan tunai bank swasta maupun BUMN (Badan Usaha Milik Negara), penarikan uang tunai, dan pembayaran menggunakan kartu debit, bahkan beberapa minimarket dilengkapi dengan permainan anak-anak, serta beberapa promosi atau penawaran bonus atau keuntungan lainnya yang ditawarkan. Bagi beberapa masyarakat belanja di minimarket dapat meningkatkan prestise (pengaruh). Kemudahan, kebersihan, kenyamanan serta berbagai fasilitas tersebut dapat memalingkan masyarakat yang biasa berbelanja di pasar tradisional maupun warung untuk berbelanja di minimarket.

Secara tidak langsung, kehadiran minimarket juga memperlihatkan bahwa kapitalisme semakin menjelajah ke-Indonesia, seperti diketahui bahwa sistem ekonomi di Indonesia .yang di kenal dengan sistem ekonomi pancasila yang berasaskan kekeluargaan (koperasi). Dalam hal tersebut diperlukan dasar-dasar penyelenggaraan sistem ekonomi di Indonesia dengan dasar keadilan sosial bagi rakyat Indonesia oleh karena itu perlu regulasi dari pemerintah untuk memajukan ekonomi rakyat. Memberikan keleluasaan para pemilik modal untuk menjalankan perekonomian yang bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, namun pada sisi lain terlihat bahwa yang banyak menikmati hasil ekonomi tersebut masih pada golongan konglomerat maka pemilik modal besar akan memiliki kesempatan seluas-luasnya dalam mengembangkan sayap perekonomian, tetapi bagi pedagang tradisional yang

memiliki modal kecil sulit bersaing dengan minimarket akan merugi hingga akhirnya bangkrut atau gulung tikar.³Kebebasan dalam melakukan kegiatan ekonomi yang tidak ada batasnya dapat merugikan golongan yang lemah dan kaum minoritas. Persaingan yang sangat bebas menyebabkan golongan yang kuat usahanya bertambah kuat .⁴

Persebaran minimarket pada satu sisi memiliki dampak yang positif, hal ini membuktikan adanya pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan dan menciptakan investasi, namun di sisi lain hal ini dapat menyebabkan kelesuan para pedagang kecil 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 munumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial diantara 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 tradisional.

³ Dedi Rahman, dkk. *Dampak Keberadaan Waralaba Minimarket terhadap Kelangsungan Bisnis Toko di Sekitarnya: Berdasarkan Penelitian di Beberapa Kota pada Kurun Waktu 2012*”, 2008 Desember 2012, hal. 1.

⁴ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi teori pengantar*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2010). Hal 43.

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 toko kelontong, kondisi ini haruslah mendapat penanganan yang serius dari pemerintah karena menyangkut hajat hidup orang banyak. Menjadikan toko kelontong 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 moderen agar tidak tersingkir dalam perebutan konsumen.⁵

Pendirian minimarket bahkan sangat rapat antara satu dengan lainnya. Bahkan disalah satu ruas jalan terdapat dua sampai tiga usaha minimarket serupa. Keberadaan minimarket modern seperti Alfamart dan bahkan tidak mendapat pantauan oleh pemerintah daerah dan Badan Penanaman Modal Daerah.

Kecamatan Panakukang, salah satu kecamatan di Kota Makassar yang banyak terdapat minimarket. Potensi pasar yang dimiliki Kecamatan Panakukang adalah kecamatan yang paling banyak penduduknya untuk

⁵ <http://saefuddinmuslimin.blogspot.com/2012/01/pengaruh-persebaran-minimarket.html> di akses 18 Desember 2013

wilayah perkotaan, yakni sebanyak 13.126 orang. Kecamatan Panakukang tercatat sebagai kecamatan yang paling tinggi kepadatan penduduknya yakni sebanyak 4.632 orang/km². Sehingga dengan potensi inilah minimarket sudah menjamur di Kecamatan Panakukang, Toko-toko kelontong sudah tergilas dan semakin sedikit. Orang lebih senang datang dan membeli barang di minimarket. Hal ini dikarenakan konsumen mau bebas, mau nyaman dan tenang dalam membeli. Tidak seperti di toko kelontong, dimana kadang yang jaga warungnya tidak siap melayani, kembali uang kurang dan masih banyak masalah lain.

Oleh sebab itu pada penelitian ini penulis akan membahas tentang pengaruh dari penghasilan pedagang eceran terhadap minimarket serta strategi yang dilakukan oleh pedagang eceran dalam menghadapi persaingan dengan minimarket tersebut, yang nantinya akan ditulis dalam bentuk skripsi dengan judul "ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN MINIMARKET TERHADAP USAHA MIKRO DAN KECIL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (studi kasus minimarket kecamatan panakukang kota Makassar).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka dapat di rumuskan masalah pokok sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh dampak keberadaan minimarket terhadap usaha kecil?
2. Bagaimana Pengaruh strategi yang di lakukan untuk menghadapi persaingan dengan minimarket ?
3. Bagaimana Pengaruh dampak minimarket ditinjau perspektif ekonomi islam?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sejauh mana dampak yang di timbulkan oleh minimarket terhadap usaha kecil.
2. Untuk mengetahui apa saja strategi-strategi para usaha kecil untuk bersaing dengan minimarket.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh minimarket terhadap perspektif ekonomi islam.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, diharapkan melalui penelitian ini masyarakat dapat mengetahui bagaimana persaingan yg berbasis islam.
2. Manfaat praktis, melalui penelitian ini di harapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan pejabat yang berwenang agar lebih memperhatikan kkebutuhan-kebutuhan dari pedagang-pedagang eceran yang berada di sekitar minimarket.
3. Masyarakat Sebagai informasi dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan serta penetapan kebijakan demi kemajuan dan perkembangan masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKAN

A. Landasan Teori

1. Pengertian Minimarket

Minimarket adalah sebuah jenis usaha yang menggabungkan antara konsep swalayan dalam skala kecil dengan target pasar yang sama dengan target pasar pada pasar tradisional. Minimarket pada dasarnya adalah sebuah bidang usaha yang dilakukan oleh pengusaha-pengusaha yang tidak dapat dikategorikan sebagai bentuk usaha mikro atau kecil. Akan tetapi, minimarket adalah sebuah bidang usaha yang kategori modalnya masuk dalam kategori industry menengah-keatas⁶.

Persoalan utama yang terjadi pada keberadaan minimarket adalah bahwa perbedaan jumlah modal yang besar menjadi penyebab utama terbunuhnya pasar tradisional. Modal besar yang dimiliki oleh minimarket memungkinkan konsep minimarket memiliki fasilitas dan pelayanan yang dapat menarik konsumen pasar tradisional. Faktanya, konsep minimarket yang berkembang di Indonesia adalah konsep minimarket dengan standarisasi fasilitas swalayan.

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung

⁶ Gamazi Andi, *Rahasia Sukses Menjadi Pengusaha Minimarket*, (Jakarta Selatan: PT Serambi Distribusi. 2015), hal. 12

melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga.

Sebuah minimarket sebenarnya adalah semacam “toko kelontong” atau yang menjual segala macam barang dan makanan, Perbedaannya di sini biasanya minimarket menerapkan sebuah sistem mesin kasir *point of sale* untuk penjualannya, 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 minimarket dan membayarnya di meja mesin kasir. Sistem ini juga membantu agar pembeli tidak berhutang.

Sebuah minimarket jam bukanya juga lain dari sebuah supermarket, seperti minimarket Circle K jam bukanya hingga 24 jam. Barang-barang yang dijual disini tidak terlalu banyak. Ukuran toko pun antara 300-500 persegi, sebagai contoh lihat saja Indomaret atau alfamaret. Rata-rata ukurannya mereka sama. Selain itu radius area yang dilayani minimarket juga tidak jauh yaitu secara efektif kurang dari 2 km. Dan ini sudah menjadi panduan para retail minimarket. Minimarket yang ada di Indonesia adalah Alfamart, Indomaret, Ceriamart, Starmart, Circle K, dan banyak minimarket yang dikelola individu perorangan lainnya. Hal paling penting dalam usaha minimarket adalah pemilihan rak minimarket yang tepat.

1.1.Pelayanan

Pelayanan adalah tindakan atau keterampilan yang dapat ditawarkan oleh apapun juga yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu, pelayanan dapat disertakan dengan produk yang berbentuk fisik".Aspek pelayanan semakin hari semakin nyata perannya, secara umum pelayanan tersebut meliputi bagaimana kecepatan melayani pelanggan sebelum berbelanja. Dengan demikian usaha eceran (retailer) harus mampu mencoba sedemikian rupa agar pelayanan yang dirasakan pelanggan meningkat serta sesuai dengan kehendak pelanggan.

Unsur pelayanan adalah unsur yang memiliki peranan penting dalam persaingan non-harga dengan pengecer-pengecer lain. Unsur-unsur pelayanan menjadi nyata bagi Perusahaan dengan bersaing dengan para pesaingnya karena unsur pelayanan sangat sulit ditiru oleh pesaing. Kotler (2007:446) ⁷membagi pelayanan menjadi dua bagian yaitu :

Pelayanan primer dalam usaha eceran antara lain : pembayaran kredit, pengantaran, penanganan keluhan, pelayanan parkir, ruang istirahat termasuk toilet, pelayanan perbaikan, pelayanan telepon, kamar pas, pelayanan pemasangan, dan waktu operasi toko.

Pelayanan pendukung antara lain : pelayanan kehilangan barang, ruang bermain anak, jasa pembungkusan, informasi lokasi barang, konsultasi

⁷Kotler,philips,2005.manejemen pemasaran,ali bahasa Sarwaji.jakarta:PT.Tema baru

dan informasi pembelian. Pelayanan adalah salah satu faktor pemberi nilai tambah bagi peritel, atau peritel dapat memilih kombinasi ragam produk dan tingkat pelayanan sebagai positioning.

1.2. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa hampir semua yang termasuk produksi adalah benda nyata yang dapat dilihat, diraba, dan dirasakan. Karena produk adalah benda ril, maka jenisnya cukup banyak. Secara garis besar jenis-jenis produk bisa kita perinci menjadi dua jenis, yaitu produk konsumsi dan produk industri. Produk konsumsi⁸ (consumer products) adalah barang yang dipergunakan oleh konsumen akhir atau rumah tangga dengan maksud tidak untuk dibisniskan atau dijual lagi. Barang-barang yang termasuk jenis produk konsumsi ini antara lain sebagai berikut:

- Barang kebutuhan sehari-hari (*convenience goods*), yaitu barang yang umumnya sering kali dibeli, segera dan memerlukan usaha yang sangat kecil untuk memilikinya, misalnya barang kelontong, baterai, dan sebagainya.

⁸Thamrin Abdullah, Manajemen Pemasaran, PT Raja Grafindo persada, Jakarta..2014), hlm 135.

- Barang belanja (*shopping goods*), yaitu barang yang dalam proses pembelian dibeli oleh konsumen dengan cara membandingkan berdasarkan kesesuaian mutu, harga, dan model, misalnya pakaian, sepatu, sabun, dan lain sebagainya.
- Barang khusus (*speaciality goods*), yaitu barang yang memiliki ciri-ciri unik atau merk kas di mana kelompok konsumen berusaha untuk memiliki atau membelinya, misalnya mobil, kamera, dan lain sebagainya

1.3. Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkomsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi dari pemilik produk atau jasa yang ditunjukan kepada masyarakat, dengan tujuan supaya produk atau jasa, merek dan nama perusahaan dapat dikenal masyarakat sekaligus memengaruhi masyarakat supaya mau membeli serta menggunakan produk tersebut⁹.

⁹<http://www.bisnis.jatim.com/index.php/2011/02/24/sebuah-minimarket-matikan-warung-sekitar/>(diakses pada tanggal 24 juni 2017)

1.4. Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Adapun fasilitas dapat di bedakan menjadi dua yaitu fasilitas fisik dan fasilitas uang. Fasilitas fisik adalah segala sesuatu yang berupa benda atau yang dapat dibedakan, yang mempunyai peranan dapat memudahkan dan melancarkan suatu usaha. Fasilitas uang adalah segala sesuatu yang dapat memberi kemudahan suatu kegiatan sebagai akibat dari nilai uang .

B. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Usaha Mikro

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana di atur dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usah mikro kecil menengah (UMKM).

Kriteria usaha mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300 juta.

- **Usaha Kecil**

Usah 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 mengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usah kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM.

Kriteria usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai paling banyak Rp 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta sampai dengan paling banyak Rp 2,5 miliar.

- Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM.

Kriteria usaha menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai dengan paling banyak 10 miliar Rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan dan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2,5 miliar sampai dengan paling banyak Rp 50 miliar¹⁰

¹⁰<http://akuntansifreeline.blogspot.com/2017/24/definisi-pengertian-usaha-mikro-usaha.html>,

1.1. Modal

Modal adalah hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan dalam pos modal (modal saham), keuntungan atau laba yang ditahan atau kelebihan aktiva yang dimiliki perusahaan terhadap seluruh utangnya Modal pada dasarnya terbagi atas dua bagian yaitu modal Aktif (Debet) dan modal Pasif (Kredit).

a) Modal Aktif

Modal aktif yaitu modal yang terdapat di sebelah aktiva pada neraca menurut bentuknya, yakni berbentuk (kas, piutang, surat-surat berharga, persediaan) dan aktiva tetap (mesin, bangunan, tanah).

1. Dimaksud dengan aktiva lancar adalah : “Uang kas dan aktiva lainnya yang diharapkan dapat dicairkan menjadi uang kas atau dijual atau dihabiskan, biasanya dalam jangka waktu satu tahun atau kurang melalui operasi perusahaan”.
2. Aktiva tetap adalah :“Aktiva berwujud yang diperoleh dalam bentuk siap pakai atau dengan dibangun terlebih dahulu, yang digunakan dalam operasi perusahaan, tidak dimaksudkan untuk dijual dalam rangka kegiatan normal perusahaan dan mempunyai masa manfaat lebih dari satu tahun”.

A. Modal aktif dibedakan menjadi 2 yaitu :

1. Modal kerja merupakan keseluruhan dari aktiva lancar atau dengan kata lain selisih antara aktiva lancar dengan hutang lancar. Yang pada umumnya digunakan untuk memberikan persekot pembelian bahan mentah, membayar upah buruh, gaji pegawai, dan sebagainya. Dimana uang atau dana yang telah dikeluarkan itu diharapkan dapat kembali lagi masuk dalam perusahaan dalam waktu yang pendek melalui hasil penjualan produksinya. Dan hasil ini nantinya akan segera dikeluarkan lagi untuk membiayai operasi selanjutnya. Dengan demikian dana tersebut akan terus menerus berputar setiap periodenya selama hidupnya perusahaan seperti bangunan, peralatan berupa mesin-mesin, dan lain sebagainya.

1.2.. Pendapatan

a. Pengertian pendapatan

Harnanto (1999:14) menyatakan : pendapatan adalah semua sumber-sumber ekonomi yang diterima oleh perusahaan dari transaksi penjualan barang dan penyerahan jasa kepada pihak lain. Ikatan Akuntansi Indonesia dalam standar Akuntansi Keuangan PSAK No. 23 (1999 : 3) memberi penjelasan mengenai pendapatan atau revenue adalah: Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktifitas normal

perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.¹¹

Definisi Pendapatan dilihat dari ilmu Ekonomi dan Akuntansi: Pendapatan menurut *ilmu ekonomi* merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Definisi pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup kemungkinan perubahan lebih dari total harta kekayaan badan usaha pada awal periode, dan menekankan pada jumlah nilai statis pada akhir periode. Secara garis besar pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang.

Pendapatan menurut *ilmu Akuntansi* adalah Pandangan yang menekankan pada pertumbuhan atau peningkatan jumlah aktiva yang timbul sebagai hasil dari kegiatan operasional perusahaan. Pendekatan yang memusatkan perhatian kepada arus masuk Pandangan yang menekankan

¹¹ <http://nanangbudianas.blogspot.com/2013/02/pengertian-pendapatan7.html> di akses tanggal 28 desember 2013

kepada penciptaan barang dan jasa oleh perusahaan serta penyerahan barang dan jasa atau *outflow*.¹²

1.3. Jual beli

2. Pengertian jual beli

Menurut M Ali Hasan berbagai macam transaksi dalam Islam (fiqh islam) mengemukakan bahwa pengertian. Jual beli menurut bahasa yaitu jual-beli artinya menjual, mengganti, pertukaran atau saling menukar, sedangkan menurut fiqh, jual beli adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan rukun syarat tertentu. Jual beli juga dapat diartikan menukar uang dengan barang yang diinginkan sesuai dengan rukun dan syarat tertentu. Setelah jual beli dilakukan secara sah, barang yang dijual menjadi milik pembeli sedangkan uang yang dibayarkan pembeli sebagai pengganti harga barang, menjadi milik penjual.¹³

Suatu ketika Rasulullah SAW ditanya oleh seorang sahabat tentang pekerjaan yang paling baik. Beliau menjawab, pekerjaan yang baik adalah pekerjaan yang dilakukan dengan tangannya sendiri dan jual beli yang dilakukan dengan baik. Jual beli hendaknya dilakukan oleh pedagang yang mengerti ilmu Fiqh. Hal ini untuk menghindari terjadinya penipuan dari kedua bela pihak. Khalifah Umar Bin Khattab, sangat memperhatikan jual beli yang terjadi di pasar. Beliau mengusir pedagang yang memiliki pengetahuan ilmu

¹² Rustam, *Pendapatan Menurut Standar Akuntansi Keuangan No. 23*, Universitas Sumatera Utara,(2002), hal. 1-2.

¹³Ali Hasan, *Fiqhi Muamalah*, 2003 cet 1 : jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Fiqih karena takut jual beli yang dilakukan tidak sesuai dengan Hukum Islam. Pada masa sekarang, cara melakukan jual beli mengalami perkembangan, di pasar Swalayan ataupun Mall, para pembeli dapat memilih dan mengambil barang yang dibutuhkan tanpa berhadapan dengan penjual, pernyataan penjual (ijab) diwujudkan dalam daftar harga barang atau label harga pada barang yang di jual sedangkan pernyataan pembeli (kabal) berupa tindakan pembeli membayar barang- barang yang diambil.

Ada berbagai macam definisi yang paling mendekati sebagaimana yang dikemukakan oleh Ibnu Qudamah “ Menukar harta dengan harta (ada timbal balik) dengan tujuan dimiliki dan dikuasai”¹⁴ Menurut etimologi, jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain). Kata dari jual beli adalah *al- bai, asy- syira’, al- mubadah, dan at-tijarah*, menurut terminology, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya. Antara lain :

Menurut Imam Nabawi dalam *Al – majmu’* : jual beli adalah “ pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikannya. Menurut ulama hanafiah : jual beli adalah pertukaran harta (bendah) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan). Menurut Ibnu Qudamah dalam kitab *Al- mugni’* : jual beli adalah pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadi milik, pengertian lainnya jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual (yakni pihak yang menyerahkan/menjual barang) dan pembeli

¹⁴Muhammad Abduh Tuasikal. *Bermodalkan Ilmu Sebelum Dagang*, 2003 yogyakarta.

(sebagai pihak yang membayar / membeli barang yang di jual). Pada masa Rasulullah SAW harga barang itu dibayar dengan mata uang yang terbuat dari emas (dinar) dan mata uang yang terbuat dari perak (dihram)¹⁵

Landasan atau dasar hukum mengenai jual beli ini disyariatkan berdasarkan Al-Quran, Hadis Nabi, Ijma' yaitu :

a) Al- Quran

Yang mana Allah Swt berfirman dalam surah:

An-Nisa(4) : 29 Islam melindungi hak milik laki- laki dan perempuan.

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

“Terjemahnya

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”(QS An Nisa/4 :29)¹⁶

¹⁵Iyan Syafutra, *Pengaruh Penjualan Hasil Pertanian Terhadap Agen Pembeli Hasil Pertanian Menurut Hukum Islam*, 2014 Uin Makassar

¹⁶Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadist Ekonomi Syariah*, 2011 Jakarta : rajawali

Surah Al Baqarah 2 : 275

◌

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

Terjemahnya”

berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya

Qs Al Baqarah : 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ فَإِذَا

أَفْضُتُمْ مِنْ عَرَافَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا

هَذَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمِنَ الضَّالِّينَ ۝

Terjemahnya”

“tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia(reski hasil perniagaan) dari Rabbmu”.

“suatu ketika Nabi Muhamad SAW, ditanya tentang mata pencarian yang paling baik Beliau menjawab, seseorang bekerja dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur. “ (HR. Bajjar, hakim yang menyahihkannya dari

Rifa'ah Ibn Rafi'). Maksud mabrur dalam hadis adalah jual beli yang terhindar dari usaha tipu menipu dan merugikan orang lain.¹⁷

1.4. Harga

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru. Perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau ke daerah geografis baru, dan ketika ia melakukan tender memasuki atau suatu tawaran kontrak kerja yang baru,

Perusahaan haruslah mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan menetapkan harganya. enam langkah prosedur untuk menetapkan harga (1) memilih sasaran harga, (2) menentukan permintaan, (3) memperkirakan biaya, (4) menganalisis penawaran dan harga para pesaing, (5) memilih suatu metode harga, dan (6) memilih harga akhir¹⁸

Perubahan harga akan mempengaruhi konsumen, pesaing distributor dan pemasok dan mungkin kepentingan pemerintah, disini kita akan memperhatikan reaksi konsumen tidak selalu mengambil interpretasi langsung terhadap perubahan harga, penurunan harga dapat ditafsirkan

¹⁷Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadist Ekonomi Syariah* 2011 Jakarta : rajawali.

¹⁸Thamrin Abdullah manajemen pemasaran cet ke 2 2012,PT Raja grafindo Persada.jakarata

dalam cara berikut :jenis produk tersebut akan diganti diganti dengan model baru ;jenis pruduk tersebut kurang baik dan tidak akan terjual dengan baik

D. Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam baik di Dunia maupun di Indonesia yang merupakan negara berpenduduk muslim terbanyak didunia mempunyai prospek perkembangan yang pesat mengingat Indonesia merupakan negara yang bermasyarakatreligius/agamis dan ber-pancasila.

Ekonomi islam adalah sebuah sistem ekonomi yang menjelaskan segala fenomena tentang perilaku pilihan dan pengambilan keputusan dalam setiap unit kegiatanatau ativitas ekonomi dengan mendasarkan pada tata aturan moral dan etika islam. Tujuan akhir ekonomi islam adalah sebagaimana tujuan dari syariah islam itu sendiri (*maqashid asy syariah*), yaitu mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. (*falah*). Melalui tata kehidupan yang baik dan terhormat. Mewujudkan kesejahteraan hakiki bagi manusia merupakan dasar sekaligus tujuan utama dari syariat islam (*mashlaha al'ibad*). Menurut as-syatibi tujuan utama syariat islam adalah mencapai kesejahteraan manusia yang terletak pada perlindungan terhadap lima kemaslahatan,yaitu keimanam (ad-dien), ilmu (al-ilm),kehidupan (an-nafs), harta (al_maal) dan kelangsungan keterunan (an-nasl).jika salah satu dari lima kebutuhan ini tidak tercukupi, niscaya manausia tidak akan

mencapai kesejahteraan sesungguhnya, untuk itu dalam ekonomi islam pilar utama adalah aspek etika dan moral islam itu sendiri¹⁹.

1.1. Keadilan

Allah adalah pencipta segala sesuatu , dan salah satu sifatnya adalah adil Allah tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara zalim manusia sebagai khalifa di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi²⁰, dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, Supaya semua mendapat manfaat dari padanya secara adil dan baik dalam banyak ayat, Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil.²¹ Islam mendefinisikan adil sebagai “ tidak mendzalimi dan tidak dizalimi” implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam, tanpa keadilan , manusia akan terkotak-kotak dalam berbagai golongan , Golongan yang satu akan menzalimi golongan yang lain sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar dari pada usaha yang dikeluarkan karena kerakusannya,”²²

¹⁹ Akhmad mujahidin.Ekonomi islam cet ke 2 Desember 2013 Penerbit raja grafindo persada jakarta

²⁰Lihat QS.Al-Baqarah:30.

²¹Lihat QS Al-Hujurat:9

²²Lihat QS Al-Fajr:20.

1.2. Halal

Kata halal (halāl, halaal) adalah istilah bahasa Arab dalam agama Islam yang berarti "diizinkan" atau "boleh". Secara etimologi, halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya.²³ Istilah halal dalam kehidupan sehari-hari sering digunakan untuk makanan ataupun minuman yang diperoleh untuk dikonsumsi menurut syariat Islam. Sedangkan dalam konteks luas istilah halal merujuk kepada segala sesuatu baik itu tingkah laku, aktifitas, maupun cara berpakaian dan lain sebagainya yang di perbolehkan atau di izinkan oleh hukum islam

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.²⁴ Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang

²³ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, Era Intermedia, Surakarta, 2007, 5.

²⁴ Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Petunjuk Teknis Pedoman System Produksi Halal*, Departemen Agama, Jakarta, 2003, 2.

memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. 5 Syarat kehalalan suatu produk di antaranya:

- a) Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
- b) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan. Seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran, dan lain sebagainya.
- c) Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
- d) Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.
- e) Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar.

Bumi karena itu pada dasarnya setiap manusia adalah pemimpin Nabi muhamad saw bersabda “setiap dari kalian adalah pemimpin, dan akan di mintai pertanggung jawaban terhadap yang di pimpinya” ini berlaku bagi semua manusia baik dia sebagai individu kepala keluarga, pemimpin masyarakat atau kepala Negara. nilai ini mendasari prinsip kehidupan-kehidupan kolektif manusia dalam Islam (siapa memimpin siapa), fungsi

utamanya adalah agar menjaga ketertaturan interaksi (mu`amalah) antar kelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacuan dan keributan dapat dihilangkan , atau di kurangi firman Allah swt dalam Al-Qur`an “yaitu orang-orang yang jika kami teguhkan kedudukan mereka di muka bumi niscaya mereka menyeru berbuat baik dan mencegah dari perbuatan jahat.”²⁵

Dalam Islam pemerintah memainkan peranan yang kecil tetapi sangat penting dalam perekonomian peran utamanya adalah untuk menjamin perekonomian agar berjalan sesuai dengan syariah,dan untuk memastikan tidak terjadi pelanggaran terhadap hak-hak manusia semua ini dalam kerangka mencapai *maqashid al-syariah* (tujuan-tujuan syariah) untuk memajukan kesejahteraan manusia hal ini dicapai dengan melindungi keimanan ,jiwa akal,kehormatan dan kekayaan manusia

2. Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan yang fungsinya sangat bermanfaat bagi sektor ekonomi. Pengertian Distribusi menurut definisi para ahli mengatakan bahwa pengertian distribusi adalah kegiatan penyaluran barang dan jasa yang dibuat dari produsen ke konsumen agar tersebar luas. Kegiatan distribusi berfungsi mendekatkan produsen dengan konsumen sehingga barang atau jasa dari seluruh indonesia atau luar indonesia dapat kita barang dan jasa tersebut.

²⁵ Lihat QS Al-Hajj:41.

Kegiatan distribusi merupakan penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Pelaku kegiatan distribusi dinamakan distributor. Dalam kegiatan ekonomi, distribusi merupakan kegiatan yang berada di antara sampai ke tangan konsumen. Barang yang telah dihasilkan oleh produsen agar sampai ke tangan konsumen memerlukan adanya lembaga yang disebut dengan distributor.

Dalam kenyataan tidak selamanya barang yang dihasilkan produsen untuk sampai ke konsumen harus melewati distributor. Akan tetapi, dalam perekonomian modern kegiatan distribusi memegang peranan yang penting. Lebih-lebih dengan makin majunya teknologi transportasi yang mengakibatkan hubungan antarbangsa menjadi lebih dekat. Hal ini mengakibatkan peranan distribusi makin penting karena barang yang ada didalam negeri tetapi juga konsumen yang ada di luar negeri.

1.4. zakat

. Zakat adalah sejumlah harta yang wajib dikeluarkan oleh pemeluk agama Islam untuk diberikan kepada golongan yang berhak menerima, seperti fakir miskin dan semacamnya, sesuai dengan yang ditetapkan oleh syariah. Zakat termasuk ke dalam rukun Islam dan menjadi salah satu unsur yang paling penting dalam menegakkan syariat Islam. Oleh karena itu hukum zakat adalah wajib bagi setiap muslim yang telah memenuhi syarat-syarat

tertentu. Zakat juga merupakan bentuk ibadah seperti sholat, puasa, dan lainnya dan telah diatur dengan rinci berdasarkan Al-quran dan Sunah

Surat At-Taubah Ayat 103 :

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ (١٠٣)

Artinya :

ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu peneliti yang menjelaskan pengaruh antara variable-variabel pengujian hipotesis.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis dan teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dan hubungan-hubungan kuantitatif.²⁶

²⁶Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*, (Alfabeta: Bandung 2014), h. 30-31

B. Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan memerlukannya. dalam penelitian kali ini menggunakan data primer atau emperis yang di peroleh dari penyebaran angket. Dalam penelitian ini juga angket yang tersebar terdiri dari angket tertutup dan angket terbuka. Angket tertutup di mana masyarakat telah disediakan pilihan pertanyaan yang berkenaan dengan dampak keberadaan minimarket terhadap usaha kecil dan jawaban yang di *desain* dengan menggunakan skala liker Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan dengan lima alternatif jawaban yang telah di sediakan oleh peneliti. Responden di minta untuk memilih salah satu jawaban dengan cara memberi tanda atau simbol (\checkmark). Angket terbuka disini di maksudkan peneliti sebagai alternatif bagi responden jika dimungkinkan jika terdapat faktor lain yang belum *tercofer* dalam pilihan yang disajikan oleh peneliti.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber yang telah ada. data itu biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti yang terdahulu.

C. Waktu dan lokasi penelitian

Waktu penelitian selama 2 (dua) bulan, di Kec. Panakkukang. Lokasi tersebut menjadi objek penelitian karena lokasinya muda di jankau dari tempat tinggal.

D. Populasi dan sampel

1. Populasi .

Populasi adalah keseluruhan individu yang menjadi objek atau sumber data penelitian. Populasi .dalam penelitian ini populasi yang menjadi pelaku usaha kecil menengah yang ada di kecamatan Panakukakang yang berjumlah di atas 100 orang.

2. Sampel

maka dari itu juga sampel dari penelitian ini adalah pelaku usaha kecil menengah sebanyak 66 orang pada saat penelitian berlangsung menggunakan rumus slovin. Karena keterbatasan yang di miliki oleh peneliti, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang dapat di ambil dari populasi itu. Apa yang di pelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat di berlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang di ambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

Rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + e^2 N)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat *error* (0,10 %)

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang di pergunakan dalam proses pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas metode angket atau kuesioner, dokumentasi, observasi dan metode wawancara untuk melengkapi data yang diperoleh melalui angket.

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/ tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya. Dalam artian umum dokumentasi

merupakan sebuah pencarian, penyelidikan, pengumpulan, pengawetan, penguasaan, pemakaian dan penyediaan dokumen. Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan dan bukti. Dalam hal ini termasuk kegunaan dari arsip perpustakaan dan kepustakaan. Dokumentasi biasanya juga digunakan dalam sebuah laporan pertanggung jawaban dari sebuah acara.

3. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang dilakukan. Pada waktu melakukan observasi, analisis sistem dapat ikut juga berpartisipasi atau hanya mengamati saja orang-orang yang sedang melakukan suatu kegiatan tertentu yang diobservasi.

4. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan terbuka atau tertutup, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternative yang ada, yaitu:

1.	SS	:Sangat Setuju
2.	S	:Setuju
3.	N	:Netral
4.	TS	:Tidak Setuju
5.	STS	:Sangat Tidak Setuju

F. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara analisis kuantitatif dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS)-PM dan uji hipotesis.

1. Partial Least Square (PLS)-PM

Partial Least Square (PLS)-PM adalah suatu metode yang berbasis keluarga regresi yang dikenalkan oleh Herman O.A Word untuk menciptakan dan membangun model dan metode untuk ilmu-ilmu sosial dengan pendekatan yang berorientasi pada prediksi²⁷. PLS memiliki asumsi dan penelitian bebas distribusi (*Distribution-Free*), artinya data penelitian tidak mengacuh pada salah satu distribusi tertentu (misalnya distribusi normal). PLS merupakan metode alternatif dari *Structural Equation Modeling* (SEM)

²⁷Herman O.A Word. *Partial Least Square* (PLS)

yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan hubungan antar variabel yang kompleks namun ukuran sampel datanya yang kompleks datanya kecil (30-100), mengingat SEM memiliki ukuran sampel data minimal 100 (Hair et.al.,2010). PLS digunakan untuk mengetahui kompleksitas hubungan suatu konstruk dan konstruk yang lain, serta hubungan suatu konstruk dan indikator-indikatornya. PLS didefinisikan oleh dua persamaan, yaitu *inner model* dan *outer model*. *Inner model* menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk dan konstruk yang lain, sedangkan *outer model* menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk dan indikator-indikatornya. Konstruk terbagi menjadi dua yaitu konstruk eksogen dan konstruk endogen. Konstruk endogen merupakan konstruk penyebab, konstruk yang tidak dipengaruhi oleh konstruk lainnya. Konstruk eksogen memberikan efek kepada konstruk lainnya, sedangkan konstruk endogen merupakan konstruk yang dijelaskan oleh konstruk eksogen. PLS dapat bekerja untuk model hubungan konstruk dan indikator-indikatornya yang bersifat reflektif dan formatif.

2 Uji hipotesis

Uji hipotesis adalah cabang ilmu Statistika Inferensial yang dipergunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut. Pernyataan ataupun asumsi sementara yang dibuat untuk diuji kebenarannya tersebut dinamakan dengan Hipotesis (*Hypothesis*) atau Hipotesis. Tujuan dari Uji Hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah di buat. Uji Hipotesis juga dapat memberikan kepercayaan diri dalam pengambilan keputusan yang bersifat Objektif.

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis yang diperoleh dari Pengaruh dampak keberadaan minimarket terhadap usaha mikro&kecil dalam perspektif ekonomi islam dan diolah dengan menggunakan model SmartPLS 2.0.

a. Deskripsi Hasil Penelitian

1). minimarket (ξ)

Tabel 1.1 Minimarket

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	X_1 (modal)	35	25	–	–	–
2	X_2 (pelayanan)	20	40	–	–	–
3	X_3 (Produk)	27	33	–	–	–
4	X_4 (promosi)	42	18	–	–	–

Kesimpulan:

X_1 = untuk Indikator (modal) yang memiliki kategori sangat setuju sebanyak 35. Indikator ini mampu memengaruhi variabel minimarket

X_2 = untuk Indikator (Pelayanan) yang memiliki kategori sangat setuju sebanyak 40. Indikator ini mampu memengaruhi variabel minimarket .

X_3 = untuk Indikator (Produk) yang memiliki kategori sangat setuju sebanyak 33. Indikator ini mampu memengaruhi variabel minimarket .

X_4 = untuk Indikator (promosi) yang memiliki kategori sangat setuju sebanyak 42. Indikator ini mampu memengaruhi variabel minimarket .

2). Usaha mikro&kecil (n)

Tabel 1.2 Usaha mikro&kecil

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	X_5 (Modal)	22	38	–	–	–
2	X_6 (Pendapatan)	18	41	1	–	–
3	X_7 (Jaul beli)	24	35	1	–	–
4	X_8 (Harga)	33	27	–	–	–

Kesimpulan:

X_5 = untuk Indikator (modal) yang memiliki kategori setuju sebanyak 38. Indikator ini mampu memengaruhi variable usaha mikro dan kecil.

X_6 = untuk Indikator (Pendapatan) yang memiliki kategori setuju sebanyak 41. Indikator ini mampu memengaruhi variabel usaha mikro dan kecil.

X_7 = untuk Indikator (Jual beli) yang memiliki kategori setuju sebanyak 35. Indikator ini mampu memengaruhi variabel usaha mikro dan kecil.

X_8 = untuk Indikator (Harga) yang memiliki kategori sangat setuju sebanyak 33. Indikator ini mampu memengaruhi variabel usaha mikro dan kecil.

3). Perspektif ekonomi islam (β)

Tabel 1.3 perspektif ekonomi islam

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	Y_1 (Keadilan)	37	23	–	–	–
2	Y_2 (Produk halal)	25	32	3	–	–
3	Y_3 (Non Riba)	18	41	1	–	–
4	Y_4 (Distribusi)	29	31	–	–	–

Kesimpulan:

Y_1 = untuk Indikator (Pendapatan) yang memiliki kategori sangat setuju sebanyak 37. Indikator ini mampu memengaruhi variabel perspektif ekonomi islam .

Y_2 = untuk Indikator (Produk halal) yang memiliki kategori setuju sebanyak 32. Indikator ini mampu memengaruhi variabel perspektif ekonomi islam.

Y_3 = untuk Indikator (Non Riba) yang memiliki kategori setuju sebanyak 41. Indikator ini mampu memengaruhi variabel efektivitas pengumpulan zakat.

Y_4 = untuk Indikator (Distribusi) yang memiliki kategori setuju sebanyak 32. Indikator ini mampu memengaruhi variabel perspektif ekonomi islam

b. Uji Validasi Dan Reliability

Diperoleh nilai validasi dan reliability digunakan *composite reliability* dengan nilai diatas 0,70 ($>0,70$) minimarket $0,770 < 0,70$ jadi data tersebut tidak reliability. Untuk nilai validasi digunakan *Cronback Alpha* dengan nilai (0,05) digunakan $0,600 > 0,05$ sangat valid. Usaha mikro dan kecil $0,683 < 0,70$ jadi data tersebut tidak reliability. Untuk nilai validasi digunakan *Cronback Alpha* dengan

nilai (0,05) digunakan $0,444 > 0,05$ sangat valid. Perspektif ekonomi islam nilai $0,632 < 0,70$ jadi data tersebut tidak reliability. Untuk nilai validasi digunakan *Cronback Alpha* dengan (0,05) digunakan $0,373 > 0,05$ sangat valid.

Model Specification Sebagai Berikut :

- Measurement Model Specification
- Manifest Variabel Scores (Original)
- Structural Model Specification

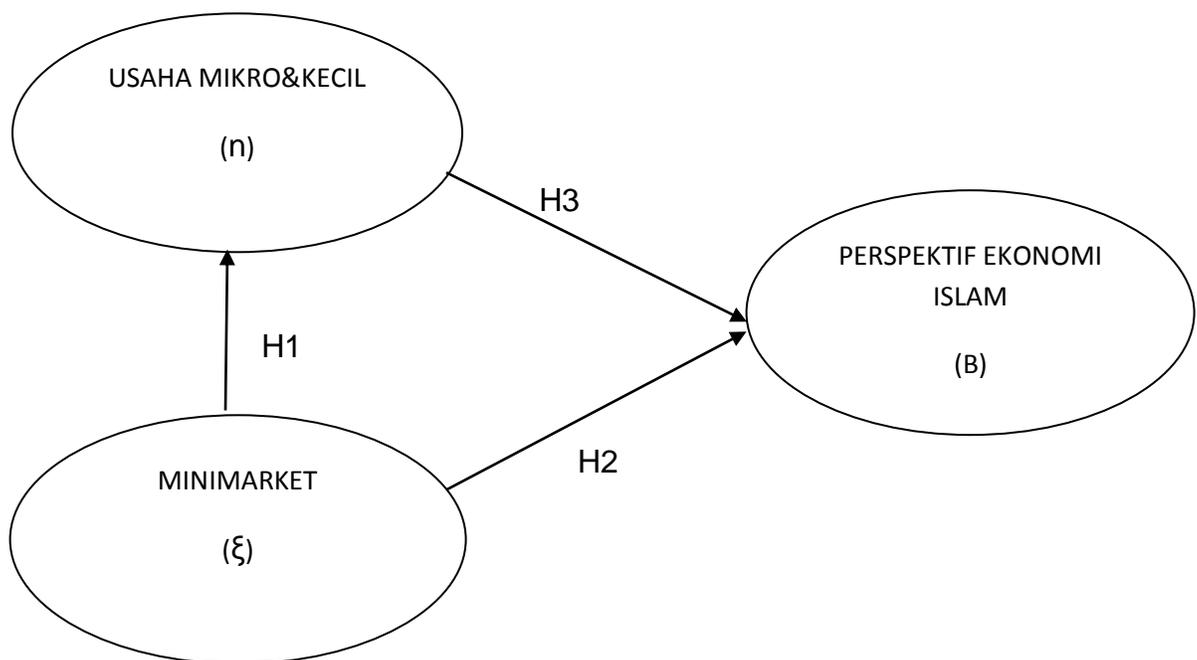
Measurement Model Specification adalah pengukuran :

1. Mean (rata^2) hasil indification yang terdiri dari X_1 sampai dengan X_4 untuk Variabel Kebijakan, X_5 sampai dengan X_8 untuk Variabel Kebijakan adalah terlihat dari olah data menunjukkan pada variabel minimarket adalah $X_1 \text{ rata}^2 > 4$, $X_2 \text{ rata}^2 > 5$, $X_3 \text{ rata}^2 > 4$, $X_4 \text{ rata}^2 > 3$. Pada variabel perspektif ekonomi islam adalah $X_5 \text{ rata}^2 > 3$, $X_6 \text{ rata}^2 > 4$, $X_7 \text{ rata}^2 > 3$, $X_8 \text{ rata}^2 > 4$. Sedangkan pada variabel perspektif ekonomi islam adalah $Y_1 \text{ rata}^2 > 4$, $Y_2 \text{ rata}^2 > 4$, $Y_3 \text{ rata}^2 > 4$, $Y_4 \text{ rata}^2 > 4$.
2. Score Manifest dari variabel masing-masing
 - Variabel minimarket (ξ)
 - Variabel usaha mikro dan kecil (n)

- Variabel perspektif ekonomi islam (β)

Manifest di variabel minimarket telah diukur dari (X_1 sampai dengan X_4) dan variabel usaha mikro dan kecil telah diukur dari (X_5 sampai dengan X_8) dan variabel perspektif ekonomi islam telah diukur dari (Y_1 sampai dengan Y_4).

3. Model Specification adalah sebagai berikut :



Ini adalah struktur (path model) model jalur dengan pengertian bahwa Variabel (ξ) berpengaruh terhadap Variabel (n) sedangkan Variabel (n) berpengaruh terhadap Variabel (B).

Partial Lear Square, untuk diketahui

Kriteria quality, Dapat dilihat dari :

- ✓ Overview
- ✓ Redudancy
- ✓ Cronbachs Alpha
- ✓ Latent Variable Correlations
- ✓ R Square
- ✓ AVE
- ✓ Communality
- ✓ Total Effects
- ✓ Composite Reliability

Struktur Model Specification

Hasil olah data diperoleh sebagai berikut :

	AVE	Composi te Reliabili ty	R Square	Cronbach s Alpha	Communal ity	Redundan cy
MINIMARKET	0,46839 5	0,770025		0,600928	0,468395	
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	0,39264 5	0,683445	0,93682 2	0,4442	0,392644	0,359949
USAHA KECIL	0,36127 7	0,632814	0,61619 9	0,373999	0,361277	0,220307

1. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran adalah evaluasi hubungan antara konstruk dengan indikatornya. Evaluasi ini meliputi dua tahap, yaitu evaluasi terhadap *convergent validity* dan *discriminant validity*. Convergent validity dapat dievaluasi dalam tiga tahap, yaitu indikator validitas, reliabilitas konstruk, dan nilai average variance extracted (AVE). Indikator validitas dapat dilihat dari nilai factor loading. Bila nilai factor loading suatu indikator lebih dari 0,5 dan nilai t statistic lebih dari 2,0 maka dapat dikatakan valid. Sebaliknya, bila nilai loading factor kurang dari 0,5 dan memiliki nilai t statistik kurang dari 2,0 maka dikeluarkan dari model.

Semua loading factor memiliki nilai t statistic lebih dari 2,0 sehingga jelas memiliki validitas yang signifikan. Nilai t statistic untuk loading variabel minimarket X_1 s/d X_4 dan untuk variabel usaha mikro dan kecil X_5 s/d X_8 , berikut variabel perspektif ekonomi islam Y_1 s/d Y_4 adalah valid.

Syarat jika factor loading $> 0,5$ dan nilai $+ |t| < 2,0$ maka dikeluarkan dari model. Dan untuk model penelitian tersebut yang dimana :

1. Variabel Minimarket (ξ) yang dimana $X_1 (3,366) > 0,5$

$$X_2 (5,028) > 0,5$$

$$X_3 (11,130) > 0,5$$

$$X_4 (14,239) > 0,5$$

Artinya nilai factor loading $> 0,5$. Ini menunjukkan bahwa data ini benar-benar valid.

2. Variabel usaha mikro&kecil (n) yang dimana $X_5 (2,425) > 0,5$

$$X_6 (6,026) > 0,5$$

$$X_7 (24,758) > 0,5$$

$$X_8 (0.664) > 0,5$$

Artinya nilai factor loading $> 0,5$. Ini menunjukkan bahwa data ini benar-benar sangat valid.

3. Variabel perspektif ekonomi islam (B) yang dimana $Y_1 (1,658) > 0,5$

$$Y_2 (5,705) > 0,5$$

$$Y_3 (29,980) > 0,5$$

$$Y_4 (2,192) > 0,5$$

Olah data tersebut menunjukkan factor loading $> 0,5$ yang diartikan data sangat akurat (valid).

Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
X1 <- MINIMARKET	0,419154	0,407227	0,124497	0,124497	3,36679
X2 <- MINIMARKET	0,664972	0,655989	0,132252	0,132252	5,028069
X3 <- MINIMARKET	0,813046	0,806376	0,073044	0,073044	11,13084
X4 <- MINIMARKET	0,77114	0,766017	0,054154	0,054154	14,2398
X5 <- USAHA KECIL	0,36601	0,353883	0,150884	0,150884	2,425772
X6 <- USAHA KECIL	0,755726	0,742849	0,125408	0,125408	6,026159
X7 <- USAHA KECIL	0,851027	0,84709	0,034373	0,034373	24,75839
X8 <- USAHA KECIL	0,125604	0,077053	0,188989	0,188989	0,664608
Y1 <- PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	0,285666	0,256734	0,17228	0,17228	1,658147
Y2 <- PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	0,737299	0,731456	0,12922	0,12922	5,705749
Y3 <- PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	0,900451	0,894075	0,030035	0,030035	29,98003
Y4 <- PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	0,366813	0,352808	0,167298	0,167298	2,19258

Semua loading factor memiliki nilai t statistik lebih dari 2.0 sehingga jelas memiliki validasi yang signifikan. Nilai t statistik untuk loading faktor indikator adalah 3,36679 (>2,0).

Pemeriksaan selanjutnya dari convergent validity adalah reliabilitas konstruk dengan melihat *output composite reliability* atau *cronbach's alpha*. Kriteria dikatakan *reliable* adalah nilai composite reliability atau cronbach's alpha lebih dari 0,70. Dari output berikut menunjukkan konstruk NORM memiliki nilai cronbach's alpha 0,600928 kurang dari 0,70. Tetapi, bila dilihat dari nilai composite reliability, nilainya 0,770025 (>0,70), sehingga tetap dikatakan *reliable*. Konstruk lainnya memiliki nilai composite reliability dan cronbach's alpha diatas 0,70. Pemeriksaan terakhir dari convergent validity yang baik adalah apabila nilai AVE lebih dari 0,50. Berdasarkan tabel berikut, semua nilai AVE Konstruk Attitude, Enjoyment, Intention, Norm, dan Trust memiliki nilai AVE diatas 0,50.

Overview

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
MINIMARKET	0,468395	0,770025		0,600928	0,468395	
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	0,392645	0,683445	0,936822	0,4442	0,392644	0,359949
USAHA KECIL	0,361277	0,632814	0,616199	0,373999	0,361277	0,220307

Evaluasi discriminant validity dilakukan dalam dua tahap, yaitu melihat nilai *cross loading* dan membandingkan antara nilai kuadrat korelasi antara konstruk dengan nilai AVE atau korelasi antara

konstrak dengan akar AVE. Kriteria dalam cross loading adalah bahwa setiap indikator yang mengukur konstraknya haruslah berkorelasi lebih tinggi dengan konstraknya dibandingkan dengan konstrak lainnya.

Hasil output cross loading adalah sebagai berikut :

	MINIMARKET	PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	USAHA KECIL
X1	0,419154	0,352452	0,394619
X2	0,664972	0,631722	0,545278
X3	0,813046	0,812841	0,616597
X4	0,771114	0,752669	0,571849
X5	0,240544	0,167749	0,36601
X6	0,601054	0,583796	0,755726
X7	0,668923	0,733719	0,851027
X8	0,134967	0,100765	0,125604
Y1	0,249759	0,285666	0,270717
Y2	0,746089	0,737299	0,593272
Y3	0,871977	0,900451	0,725726
Y4	0,279153	0,366813	0,225451

Korelasi X_1, X_2, X_3 dan X_4 , konstrak attitude adalah 0,419154> 0,7 dan 0,664972, 0,813046. Nilai korelasi indikator tersebut lebih rendah dengan konstrak attitude dibandingkan dengan konstrak

lainnya. Sama halnya dengan indikator X_4 , X_5 , X_6 , dan X_8 yang berkorelasi lebih rendah dengan konstruk Enjoyment.

Berdasarkan tabel cross loading di atas, setiap indikator berkorelasi lebih tinggi dengan konstraknya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lainnya, Sehingga dikatakan memiliki discriminant validity yang baik. Pemeriksaan selanjutnya adalah membandingkan antara korelasi dengan konstruk akar AVE konstruk. Hasilnya adalah sebagai berikut :

Latent Variabel Correlations

	MINIMARKET	PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	USAHA KECIL
MINIMARKET	1		
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	0,96558	1	
USAHA KECIL	0,784983	0,799423	1

2. Evaluasi Model Struktural

Setelah pemeriksaan model pengukuran terpenuhi, maka selanjutnya adalah pemeriksaan terhadap model struktural. Pemeriksaan ini meliputi signifikan hubungan jalur dan nilai R Square.

Path coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
MINIMARKET -> PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	0,880784	0,885021	0,048697	0,048697	18,08701
MINIMARKET -> USAHA KECIL	0,784983	0,794186	0,057872	0,057872	13,56415
USAHA KECIL -> PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	0,108022	0,101807	0,053102	0,053102	2,034257

Berdasarkan tabel Path Coefficient di atas, Hubungan jalur yang signifikan adalah Attitude terhadap Intention (Hipotesis 1), Enjoyment terhadap Attitude (Hipotesis 2), dan Trust terhadap Attitude (Hipotesis 3), karena memiliki nilai t statistic lebih besar dari 2,0.

Nilai akhir R Square adalah sebagai berikut :

	R Square
MINIMARKET	
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	0,936822
USAHA KECIL	0,616199

Nilai R Square konstruk attitude adalah 0,936822. Artinya, konstruk Trust dan Enjoyment secara simultan mampu menjelaskan *variability* konstruk Attitude sebesar 37%.

Nilai R Square konstruk Intention adalah 0,616199. Artinya, konstruk Trust, Enjoyment, Norm, dan attitude secara simultan mampu menjelaskan *variability* konstruk Intention sebesar 4%.

4. Jawaban Hasil Penelitian

a. Hipotesis 1: Variabel minimarket berpengaruh terhadap variabel usaha mikro dan kecil

Hasil pengujian *outer* model yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel minimarket memiliki pengaruh antara variabel usaha mikro&kecil sebesar 9,035. Sedangkan berdasarkan tabel distribusi *t* menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 9,035$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,671$ dengan taraf signifikan 0,05 yang menunjukkan bahwa pada hipotesis 1 diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel minimarket terhadap usaha mikro&kecil.

b. Hipotesis 2: Variabel minimarket berpengaruh terhadap variabel perspektif ekonomi islam

Hasil pengujian *outer* model yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hubungan antara *variabel* minimarket berpengaruh terhadap

variabel perspektif ekonomi islam 7,231. Sedangkan berdasarkan tabel distribusi t menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 7,231$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,671$ dengan taraf signifikan 0,05 yang menunjukkan bahwa pada hipotesis 2 diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel usaha mikro&kecil berpengaruh terhadap variabel perspektif ekonomi islam .

c. Hipotesis 3: Variabel usaha mikro dan kecil berpengaruh terhadap variabel perspektif ekonomi islam .

Hasil pengujian *outer* model yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel usaha mikro&kecil berpengaruh terhadap variabel efektivitas perspektif ekonomi islam sebesar 1,143. Sedangkan berdasarkan tabel distribusi t menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 1,143$ lebih kecil dari $t_{tabel} = 1,671$ dengan taraf signifikan 0,05 yang menunjukkan bahwa pada hipotesis 3 ditolak karena terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara variabel minimarket berpengaruh terhadap variabel perspektif okonomi islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Variabel minimarket berpengaruh terhadap variabel usaha mikro&kecil. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel minimarket dapat memengaruhi variabel usaha mikro&kecil yang signifikan.
2. Variabel minimarket berpengaruh terhadap variabel perspektif ekonomi islam . Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel minimarket dapat memengaruhi variabel perspektif ekonomi islam akan tetapi tidak signifikan.
3. Variabel usaha mikro dan kecil berpengaruh terhadap variabel perspektif ekonomi islam . Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel usaha mikro dan kecil dapat memengaruhi variabel perspektif ekonomi islam akan tetapi tidak signifikan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka disarankan

1. Melalui penelitian ini, paradigma berfikir kita mampu mempelajari dan mengetahui bahwa, kesejahteraan mampu diukur dengan adanya syariah, yang menuntun bahwa pentingnya bermuamalah yang diselaraskan dengan syariat islam dan menuntun pada kebaikan dan kesejahteraan
2. Melalui karya ilmiah ini, wawasan tentang ilmu ekonomi syariah, sedikit banyak membuka cakrawala berfikir kita, bagaimana mengembangkan ekonomi yang syar'i untuk menumbuhkan ekonomi ummat yang maju dan bagaimana interaksi dalam proses transaksi dalam pandangan islam.
3. Untuk peneliti lanjutan menjadi bahan referensi atau acuan dalam melakukan penelitian mengenai sistem ekonomi syariah serta perannya dalam membantu mengatasi krisis global, menumbuhkan perekonomian bangsa dan negara.

. Kerangka Pikir

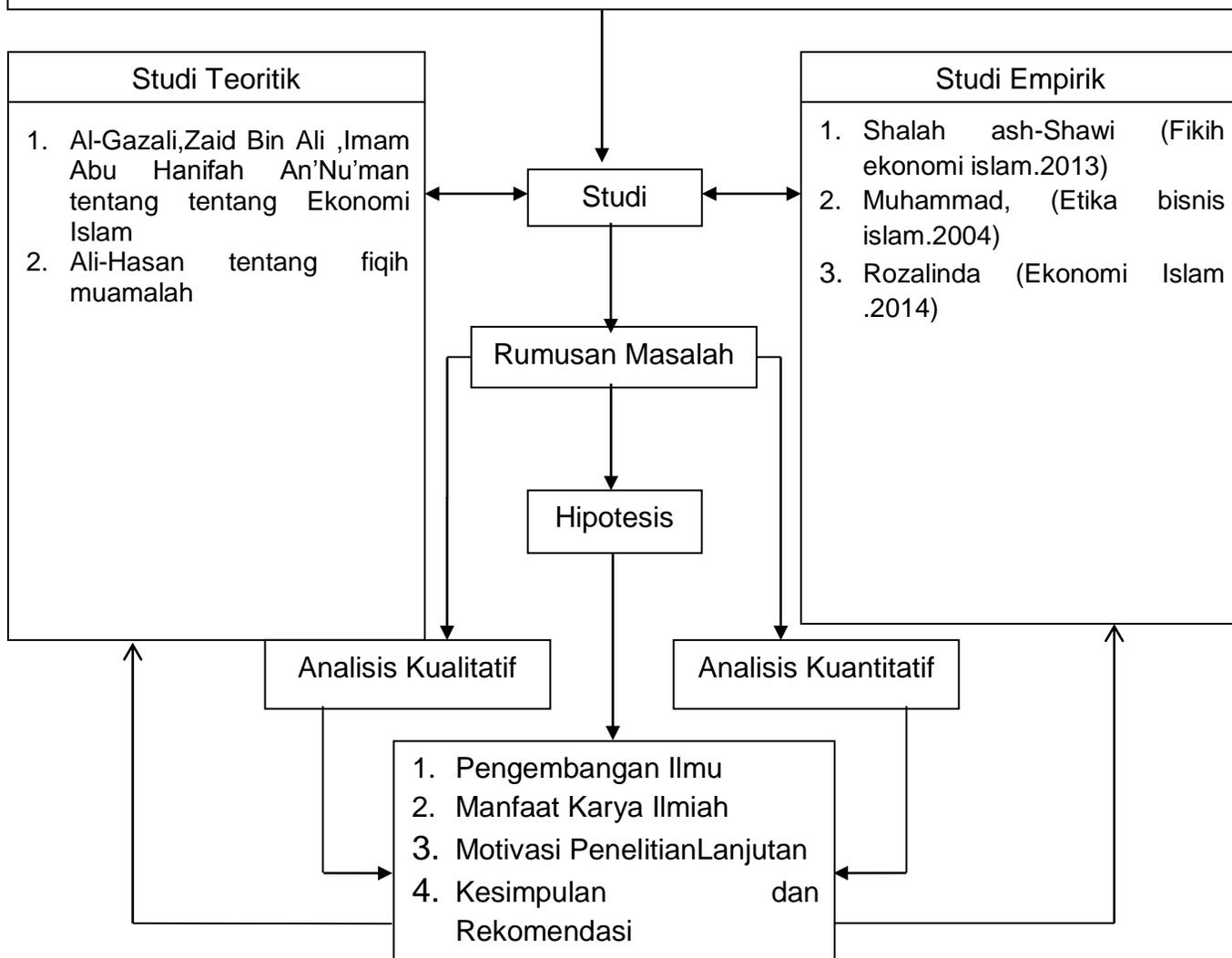
Al- Quran dan As-Sunnah

Al-Quran

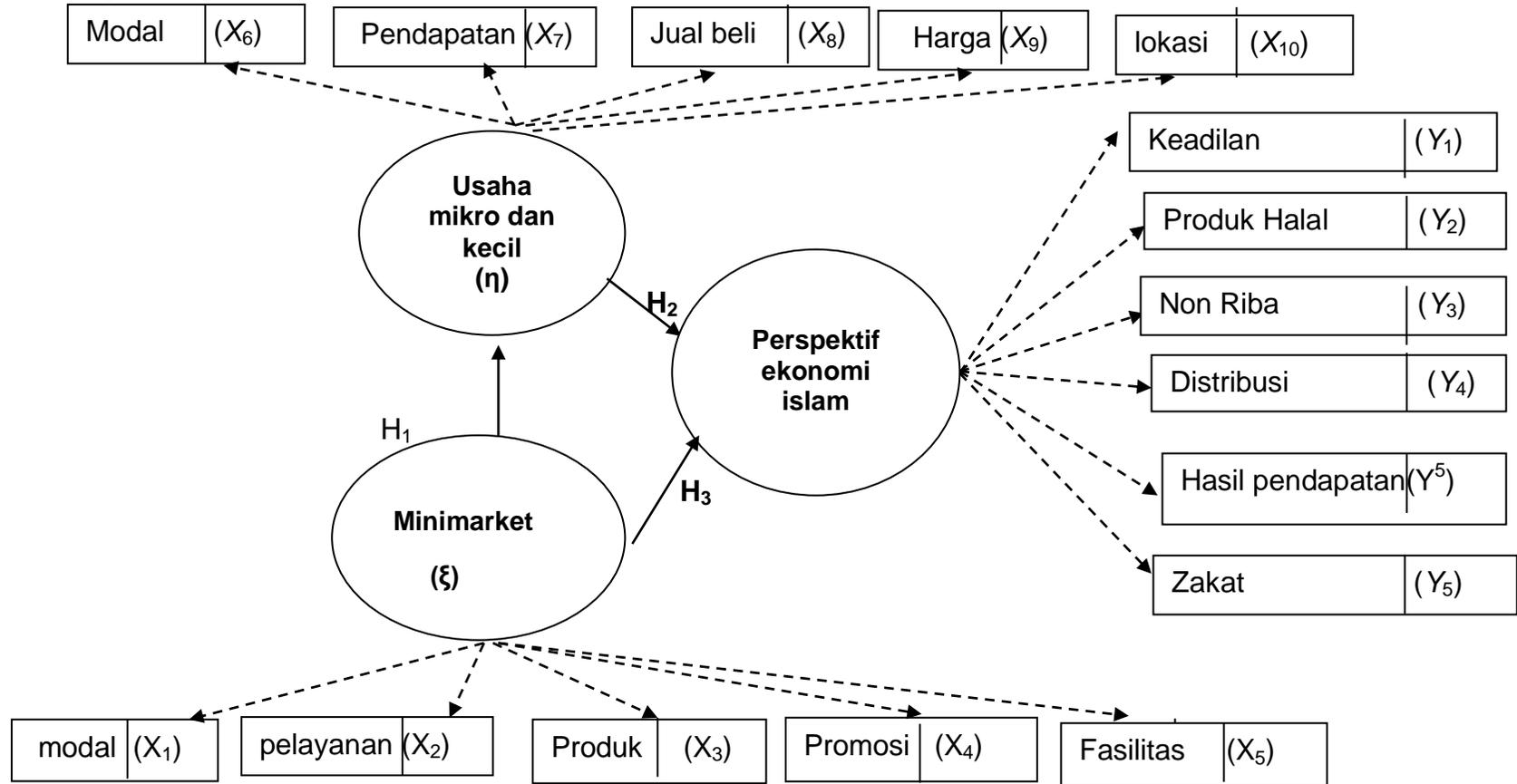
1. QS. Al-Maidah (5) : 1, Jual beli
2. QS. Al-baqarah (2) : 2 Riba
3. QS At -Taubah (103): 3 zakat

As-Sunnah

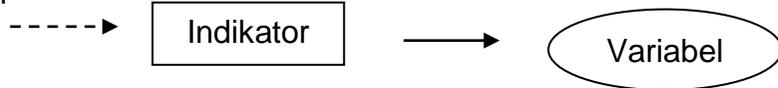
1. H.R. Bukhari, sesungguhnya allah yang maha penetap harga yang menyempitkan dan melapangkan serta pemberi zezeki, saya berharap akan bertemu dengan allah dan tidak seorangpun yang menuntuk saya karena kesaliman yang saya lakukan dalam masalah darah dan harta



Kerangka konseptual operasional variabel



keterangan



A. Hipotesis Penelitian

Dari permasalahan sebelumnya, penulis mengemukakan hipotesis dari hipotesis dari penelitian ini, yaitu :

1. Diduga, variabel minimarket berpengaruh terhadap variabel usaha mikro dan kecil.
2. Diduga, variabel minimarket berpengaruh terhadap variabel perspektif ekonomi islam.
3. Diduga, variabel usaha mikro dan kecil berpengaruh terhadap variabel perspektif ekonomi islam.

DAFTAR PUSTAKA

Fadhilah, Aini, 2011. *Dampak Minimarket Terhadap Pasar Tradisional. Studi Kasus Di Ngaliyan.*

Gamazi, Andi. 2015. *Rahasia Sukses Menjadi Pengusaha Minimarket, Jakarta Selatan: PT Serambi Distribusi.*

Husaini dan Purnomo, 2008. *Pengantar Statistika, Jakarta: PT. Bumi Aksana.*

Rahman, Dedi dkk, *Dampak Keberadaan Waralaba Minimarket terhadap Kelangsungan Bisnis Toko di Sekitarnya: Berdasarkan Penelitian di Beberapa Kota pada Kurun Waktu 2012”*, 2008 Desember 2012

Hasan, M Ali. 2003. *Fiqh Muamalat, Cet 1: Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.*

<http://nanangbudianas.blogspot.com/2013/02/pengertianpendapatan7.html>
di akses tanggal 28 desember 2013

Syafutra, Iyan. 2014. *Pengaruh Penjualan Hasil Pertanian Terhadap Agen Pembeli Hasil Pertanian Menurut Hukum Islam.* Makassar: UIN Alauddin

Rustam, 2002. *Pendapatan Menurut Standar Akuntansi Keuangan No. 23,* Universitas Sumatera Utara.

Sadono, Sukirno, 2010. *Mikro Ekonomi teori pengantar,* Jakarta: PT Rajagravindo Persada.

Setiawan, Jeri dkk, 2012. *Pengaruh Keberadaan minimarket terhadap kelangsungan hidup pedagang kelontong di Kelurahan Klender, Kec. Duren Sawi, Jakarta Timur,* Jurnal Spatial Wahana Informasi dan Komunikasi.

- Suparyanto, 2013. *Kewirausahaan Konsep dan Realita Pada Usaha Kecil*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2012. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabata.
- Sopiah dan Syihabudhin, 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Andi, Yogyakarta.
- Maya. 2011. Analisis produksi, produksi dan pemasaran. [http:// syair79.files.wordpress.com](http://syair79.files.wordpress.com). di akses pada tanggal 28 desember 2015.
- Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, Era Intermedia, Surakarta, 2007, 5.
- Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Petunjuk Teknis Pedoman System Produksi Halal*, Departemen Agama, Jakarta, 2003, 2.
- Gamazi Andi, *Rahasia Sukses Menjadi Pengusaha Minimarket*, (Jakarta Selatan: PT Serambi Distribusi. 2015), hal. 12
- Kotler,philips,2005. manajemen pemasaran,ali bahasa Sarwaji.jakarta:PT.Tema baru
- Thamrin Abdullah, Manajemen Pemasaran, PT Raja Grafindo persada,(Jakarta..2014), hlm 135
- Rustam, *Pendapatan Menurut Standar Akuntansi Keuangan No. 23*, Universitas Sumatera Utara,(2002), hal. 1-2.
- Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadist Ekonomi Syariah* 2011 Jakarta : rajawali.
Thamrin Abdullah manajemen pemasaran cet ke 2 2012,PT Raja grafindo Persada.jakarata

