SKRIPSI

DAMPAK EKONOMI KEBERADAAN INDOMARET TERHADAP TOKO KELONTONG DI WILAYAH PANCOR KECAMATAN SELONG KABUPATEN LOMBOK TIMUR

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

OLEH :

LALU MAHSUM JAYADI
NIM.2019B1B083S

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2023

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

DAMPAK EKONOMI KEBERADAAN INDOMARET TERHADAP TOKO KELONTONG DI WILAYAH PANCOR KECAMATAN SELONG KABUPATEN LOMBOK TIMUR

Skripsi ini telah memenuhi syarat dan disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang ujian skripsi pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 11 Januari 2023

Menyetujui :

Pembimbing I	Pembimbing II
Lalu Hendra Maniza S.Sos., M.M	**Iwin Ardyawin, S.Sos., M.A**
NIDN. 0828108404	**NIDN. 0818059002**

Mengetahui

Ketua Prodi Administrasi Bisnis

Rahmad Hidayat, S.AP, M.AP

NIDN. 0822048901

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

DAMPAK EKONOMI KEBERADAAN INDOMARET TERHADAP TOKO KELONTONG DI WILAYAH PANCOR KECAMATAN SELONG KABUPATEN LOMBOK TIMUR

Oleh:

LALU MAHSUM JAYADI
NIM.2019B1B083S

Telah dipertahankan didepan penguji

Hari/Tanggal: Rabu, 11 Januari 2023

Tim Penguji:

1. **Lalu Hendra Maniza S.Sos., M.M** **(PU)** ( )
   NIDN.0828108404

2. **Iwin Ardyawin, S.Sos., M.A** **(PP)** ( )
   NIDN.0818059002

3. **Iskandar,S.Sos, M.A** **(PN)** ( )
   NIDN.0802048904

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 080606680

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini, adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana). Baik di Universitas Muhammadiyah, Maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tampa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasihkan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila ditemukan hari terdapat penyimpangan dan dengan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia sangsi akadenmik, serta sangsi lain sesuai norma yang berlaku di perguruan tinggi lainnya.

Mataram, 30 Januari 2023

Penulis

LALU MAHSUM JAYADI

NIM.2019B1B083S

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram

Website : http://www.lib.ummat.ac.id E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lalu Maksum Jayadi

NIM : 2019B1B035

Tempat/Tgl Lahir : Sekarbela, 15 Januari 1997

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : FISIPOL

No. Hp : 082 340-697-127

Email : lalumaksum3@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

Dampak Ekonomi Kawasan Industri Terhadap Toko Kelontong Di Kelurahan Pancor Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. K

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milih orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya ***bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum*** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikain surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 26 Januari 2023

Penulis

METERAI TEMPEL 10000 BBAPSAKX252847212

Lalu Maksum Jayadi

NIM. 2019B1B035

Mengetahui,

Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos.,M.A.

NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram

Website : http://www.lib.ummat.ac.id E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lalu Mahsun Jayadi

NIM : 2019B1B0835

Tempat/Tgl Lahir : Sekarama, 15 Januari 1997

Program Studi : Administrasi Publik

Fakultas : FISIPOL

No. Hp/Email : 082-340-097-127

Jenis Penelitian : ☒Skripsi ☐KTI ☐Tesis ☐ .....

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama ***tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta*** atas karya ilmiah saya berjudul:

Dampak Ekonomi Pariwisata Terhadap Pola Kehidupan di wilayah Pantai Kecamatan Sekotong Kabupaten Lombok Timur

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 26 Januari 2023

Penulis

METERAI TEMPEL

Lalu Mahsun Jayadi

NIM. 2019B1B0835

Mengetahui,

Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos.,M.A.

NIDN. 0802048904

MOTTO

"Bahagia itu pilihan, jadi pilih yang terbaik agar bisa bahagia"

PERSEMBAHAN

1. Persembahan untuk kedua orang tuaku. Tanpa keduanya saya tidak akan menjalani kehidupan yang menakjubkan di dunia. Terima kasih juga atas nasihat-nasihat yang selalu diberikan.
2. Persembahan untuk kakak dan adik, serta ponakan-ponakan yang selalu menciptakan tawa gembira di tengah-tengah keluarga. Harus bangga dengan keluarga besar kita.
3. Untuk Kawan-kawan Almamterku yang selalu menemani di kala sedih dan senang, yang selalu hadir memberikan hiburan..

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal dengan judul "Dampak Ekonomi Keberadaan Indomaret Terhadap Toko Kelontong di Wilayah Pancor Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur". Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk membuat skripsi dan bisa menempu Ujian Sarjana Ilmu Administasi Publik di Universitas Muhammadiyah Mataram. Pada kesempatan ini dengan ketulusan hati yang paling dalam mengucapkan terimah kasih yang begitu besar kepada:

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd. Gani, M.Pd Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Rahmad Hidayat, S.AP, M.AP Selaku Ketua Prodi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Lalu Hendra Maniza S.Sos., M.M Selaku Dosen Pembimbing 1 Di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
5. Bapak Iwin Ardyawin, S.Sos., M.A Selaku Dosen Pembimbing 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Orang Tua Tercinta, yang selalu memberikan doa, semangat, serta kasih sayang yang tiada hentinya agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

7. Kepada semua pihak yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini dan penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis berusaha untuk mempersembahkan skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar dapat memilki manfaat bagi banyak pihak. Oleh karena itu, penulis akan menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan skripsi ini.

Akhir kata saya berharap semoga skripsi tentang "" ini dapat memberikan manfaat maupun inpirasi terhadap pembaca.

Mataram, Agustus 2022

Penyusun

LALU MAHSUM JAYADI
NIM.2019B1B083S

ABSTRAK

Perkembangan perekonomian Indonesia secara keseluruhan pasca terjadinya krisis moneter menunjukkan peningkatan yang cukup berarti, hal ini ditunjukkan oleh mulai maraknya bisnis perdagangan di masyarakat, dari usaha kecil-kecilan, sampai skala menengah ke atas. Pasar modern dan pasar tradisional dapat bersaing di satu tempat yang sama karena pada dasarnya hampir semua barang yang dijual di pasar tradisional juga dapat ditemukan di pasar modern minimarket), seperti Indomaret dan Alfamart. Fenomena semacam ini akan berpengaruh terhadap keduanya. Pasalnya jarak antara minimarket dan toko kelontong yang sangat berdekatan memicu terjadinya persaingan mulai dari pendapatan hingga jumlah konsumen yang ingin berbelanja. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui dampak ekonomi toko kelontong terhadap keberadaan indomaret 2) Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi ekonomi toko kelontong terhadap keberadaan indomaret. Metodelogi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Setelah keberadaan Indomaret, terjadi penurunan drastis pada pendapatan. mereka mengalami penurunan hingga 50% sampai 75% dari pendapatan sebelumnya.

Kata kunci: Dampak Ekonomi, Kabupaten Lombok Timur

ABSTRACT

After the monetary crisis, the growth of the Indonesian economy was significantly higher. It is demonstrated by the growth of trading enterprises in the neighborhood, ranging in size from modest to substantial. Since practically all products sold in traditional markets can also be found in modern markets (minimarkets), like Indomaret and Alfamart, modern and traditional markets can coexist in the same space. This kind of phenomenon will affect both of them because the distance between minimarkets and grocery stores which are very close together, triggers competition ranging from income to the number of consumers who want to shop. This study aims to: 1) ascertain the economic impact of grocery shops on Indomaret's existence and 2) ascertain the variables that affect the economic impact of grocery stores on Indomaret. This study's methodology is a qualitative one. There was a sharp drop in revenue after Indomaret came into being. They saw a 50% and 75% reduction in their income.

***Keywords**: Economic Impact, East Lombok Regency*

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM
KEPALA
P3B
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
Pusat Pengembangan dan Pelatihan Bahasa
Pub, M.Pd
NIDN. 0803048601

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **iv**
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ..... **v**
SURAT PERNYATAAN BEBAS PUBLIKASI KARYA ILMIAH ..... **vi**
MOTTO ..... **vii**
PERSEMBAHAN ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
ABSTRAK ..... **xi**
ABSTRACT ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan 6
1.4 Manfaat 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Penelitian Terdahulu 8
2.2 Kajian teori 11
2.2.1 Definisi Dampak 11
2.2.2 Ekonomi 11
2.2.3 Pendapatan 12
2.2.4 Retail 15
2.2.5 Harga 19

2.2.6 *Display* 20

2.2.7 Pelayanan 21

2.2.8 Modal 25

2.2.9 Manajemen 27

2.3 Kerangka Berpikir 30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian 31

3.2 Lokasi Penelitian dan waktu penilitian 31

3.3 Sumber Data 31

3.4 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data 32

3.5 Analisis Data 34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambar Umum Lokasi Penelitian 36

4.1.1. Gambaran Umum Wilayah Pancor 36

4.1.2. Sejarah Indomart 44

4.2 Penyajian Data 47

4.2.1 Dampak ekonomi toko kelontong terhadap keberadaan indomaret di wilayah Pancor 47

4.2.2 Faktor yang mempengaruhi ekonomi toko kelontong terhadap keberadaan indomaret 51

4.3 Hasil Penelitian 58

4.3.1 Dampak ekonomi toko kelontong terhadap keberadaan indomaret di wilayah Pancor 58

4.3.2 Faktor yang mempengaruhi ekonomi toko kelontong terhadap keberadaan indomaret 60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 64

5.2 Saran 65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, banyak orang yang melakukan bisnis atau berwirausaha dengan cara yang beraneka ragam. Perkembangan perekonomian Indonesia secara keseluruhan pasca terjadinya krisis moneter menunjukkan peningkatan yang cukup berarti, hal ini ditunjukkan oleh mulai maraknya bisnis perdagangan di masyarakat, dari usaha kecil-kecilan, sampai skala menengah ke atas. Era pasar bebas di kawasan Asia telah membawa dunia retail Indonesia pada realitas *Global Retailing* (setiap kegiatan retail yang menjangkau batas-batas nasional) yang mau tidak mau harus diterima.

Retail yang berfokus pada penjualan barang sehari-hari secara garis besar terbagi menjadi dua, yaitu retail modern dan retail tradisional. Retail modern adalah retail yang memiliki tempat luas, barang yang dijual banyak jenisnya, sistem manajemen terkelola dengan baik menawarkan kenyamanan berbelanja, harga sudah tetap (*fixed*) dan adanya sistem swalayan. Retail modern menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, *Departement Store*, Hypermarket, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan (membeli barang dengan jumlah yang banyak untuk dijual kembali).

Menurut Muhzinat Zumrotul (Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, (Vol.6, NO 2, Hal 204-211), Moersid mengatakan bahwa pasar modern menggunakan prinsip swalayan, yakni mengambil barang sendiri. Pasar modern juga disebut dengan pasar yang telah tersusun dan sudah diatur. Pasalnya harga barang yang ditawarkan oleh pasar modern sudah tidak bisa ditawar lagi. Pasar modern pun telah menjadi sarana brand internasional untuk memperluas produknya sampai ke target pasar.

Pengertian pasar modern menurut Hutabarat (2009) (*Economic Journalof Emerging Mrkets 1 (2), 137-146,2009)* yaitu suatu pasar dimana penjual dan pembeli tidak melakukan transaksi secara langsung. Pembeli hanya melihat harga pada satuan kemasan produk dan dilayani secara mandiri oleh pramuniaganya. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pasar modern adalah pasar yang terstruktur dan sudah diatur dimana penjual dan pembelinya tidak melakukan transaksi secara langsung melainkan dilayani secara mandiri oleh pramuniaga serta tidak adanya tawar menawar atas barang yang diperjual belikan.

Pasar modern dan pasar tradisional dapat bersaing di satu tempat yang sama karena pada dasarnya hampir semua barang yang dijual di pasar tradisional juga dapat ditemukan di pasar modern (minimarket), seperti Indomaret dan Alfamart. Fenomena semacam ini akan berpengaruh terhadap keduanya. Pasalnya jarak antara minimarket dan toko kelontong yang sangat berdekatan memicu terjadinya persaingan mulai dari pendapatan hingga jumlah konsumen yang ingin berbelanja. Hal ini akan membentuk suatu

segmentasi pasar antara minimarket dan toko kelontong. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Satun pemilik toko kelontong menyatakan bahwa: “jika lokasi dan keberadaan minimarket berdekatan maka kemungkinan besar konsumen akan lebih memilih untuk berbelanja di minimarket. Namun ada beberapa konsumen yang lebih memilih berbelanja disini lantaran harga bahan pokok yang ditawarkan jauh lebih ekonomis dibanding harga bahan pokok di minimarket”. (hasil wawancara, 25 Juni 2019).

Kehadiran retail modern tersebut telah memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan pedagang tradisonal. Tidak menutup kemungkinan kondisi tersebut juga berpotensi menumbuhkan benih–benih kecemburuan sosial di antara pelaku usaha khusus nya pedagang tradisional dengan modal terbatas, dengan kondisi usaha yang semakin terpuruk bahkan bisa mati. Menurut sekjen APPSI pertumbuhan indomaret pada satu titik lokasi otomatis mematikan minimal 20 warung masyarakat sehingga menurut Ngadiran “jika izin pendirian terus dilakukan maka kelangsungan hidup masyarakat paling bawah akan punah. Dalam Undang-Undang No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil dalam pasal disebutkan bahwa pemerintah harus menjaga iklim usaha dalam kaitannya dengan persaingan, dengan membuat peraturan-peraturan yang diperlukan. Untuk melindungi usaha kecil, pemerintah juga harus mencegah pembentukan struktur pasar yang mengarah pada pembentukan monopoli, oligopoli, dan monopsoni yang merugikan.

Pada awal mulanya bisnis retail modern hanya menjangkau kota-kota besar di Indonesia. Akan tetapi, seiring majunya sebuah teknologi dan kebutuhan ekonomi yang semakin meningkat, saat ini retail modern telah menjangkau konsumen secara langsung hingga sampai ke daerah pedesaan dan tidak dapat dipungkiri lagi, bahwasanya hampir di setiap tempat yang strategis saat ini telah berdiri retail modern. Bahkan jarak antara satu retail modern dengan retail modern yang lain berdekatan dan hanya beberapa meter saja.

Menurut Kieso, Warfield dan Weygantd (2011:955) (dalam buku *Intermediate Accounting* edisi tahun 2011), "Pendapatan adalah arus kas masuk aktiva dan/atau penyelesaian kewajiban dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa, dan aktivitas pencarian laba lainnya yang merupakan operasi yang utama atau besar yang berkesinambungan selama suatu periode".Sedangkan menurut Diana dan Setiawati (2017:361) (Jurnal EMBA (Vol.9 N0.1 Januari 2021, Hal. 715-727) menyatakan bahwa "Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal".

Usaha kecil berdasarkan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995, memiliki pengertian, "Segala kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini". Di dalam

Undang-Undang No.20 Tahun 2008, usaha kecil di definisikan sebagai 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 di maksud dalam undang-undang ini.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setelah adanya minimarket di pedesaan cenderung membuat usaha toko kelontong menjadi menurun atau pendapatannya menjadi berkurang, dikarenakan konsumen yang selama ini membeli kebutuhannya ditoko kelontong, sekarang sebagian besar beralih berbelanja di minimarket. Dengan alasan bahwa barang-barang yang ada di minimarket lebih banyak pilihan, lengkap, dan lebih nyaman berbelanja di minimarket. Bahkan ada yang beralasan karena orang zaman sekarang mulai menuruti nafsu/gengsi untuk membeli kebutuhan di toko kelontong.

Adanya persebaran Indomaret yang sangat luas di wilayah Pancor Kecamatan Selong, membuat peneliti ingin mengetahui dampak dari keberadaan retail modern tersebut. Tidak menutup kemungkinan, kondisi yang timpang tersebut juga berpotensi menumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial diantara para pelaku perdagangan dan disisi lain juga dapat menyebabkan kelesuan bagi para pedagang kecil seperti pedagang toko kelontong.

Dari latar belakang diatas penulis ingin melakukan sebuah penelitian terhadap keberadaan Indomaret di wilayah Pancor Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur. Sehingga menurut penulis keberadaan Indomaret tersebut berpotensi mempengaruhi dampak terhadap ekonomi pedagang toko kelontong, oleh karena itu penulis mengambil sebuah judul **"Dampak Ekonomi Keberadaan Indomaret Terhadap Toko Kelontong di Wilayah Pancor Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan perumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimanakah dampak ekonomi toko kelontong terhadap keberadaan indomaret?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi ekonomi toko kelontong terhadap keberadaan indomaret?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dampak ekonomi toko kelontong terhadap keberadaan indomaret.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi ekonomi toko kelontong terhadap keberadaan indomaret.

1.4 Manfaat

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung di dalamnya. Adapun manfaat dari penulisan proposal ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

   Manfaat teoretis dari penelitian ini adalah dapat menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh berkembangnya keberadaan Indomaret terhadap ekonomi toko kelontong.

2. Manfaat Praktis dari penelitian ini adalah

   Manfaat Praktis yang diharapkan dari penelitian ini yaitu dapat dijadikanbahan pertimbangan dan masukan bagi pihak pedagang toko kelontong untuk mempertahankan usahanya meskipun sudah muncul persaingandari bisnis retail yaitu Indomaret.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti/Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1.	Laksemana Lutfi (2013)	Dampak Keberadaan Indomaret Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional di Kelurahan Terjun Kecamatan Medan Marelan	Adapun teknik-teknik dengan metode deskriptif – yaitu dengan mengacu pada strategi penelitian kualitatif, seperti wawancara mendalam (deep interview) dan pelaporan serta pengumpulan data melalui observasi terhadap aktivitas yang diamati.	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa ada banyak dampak yang ditimbulkan dari pembangunan gerai indomaret disekitar pasar tradisional maupun disekitar pedagang grosir. Keberadaan toko modern alias minimarket bermerek indomaret di sumatera utara, khusunya medan, bukan lagi cerita baru. Warga pun sudah mulai terbiasa berbelanja di jaringan waralaba tersebut. Sayangnya, seiring itu pedagang kecil mulai terpinggirkan bahkan ada yang sampai gulung tikar. Kesan pasar tradisional yang panas, semerawut, kotor, becek, tidak aman karena banyak pencopet adalah sangat bertolak belakang dengam toko pasar modern

				yang ber AC, nyaman, pelayanan, mandiri dan cepat serta relatif aman dari pencopet. Kondisi ini menjadi ancaman serius bagi keberlangsungan usaha para pedagang kecil dan menengah. Kehadiran pusat perbelanjaan seperti mall dan pusat perbelanjaan sekelasnya kini telah menjamur di indonesia dan telah merubah mindset masyarakat indonesia untuk berbelanja di indonesia.
Perbedaan : perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada rentan waktu yang diteliti yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan tahun 2013 sedangkan pada penelitian yang sekarang menggunakan tahun 2021.				
Persamaan : persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah jenis penelitian yang dilakukan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan metode penelitian yang digunakan juga sama yaitu menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.				
2.	Ida Suwarni (2019)	Pengaruh Berkembangnya Keberadaan Alfamart/Indomaret Terhadap Pendapatan Warung Kecil (Studi Kasus di Kelurahan Terbagi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah)	Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan yang menghimpun data kualitatif.	Hasil dari penelitian ini adalah mengenai pengaruh berkembangnya keberadaan Alfamart/Indomaret terhadap pendapatan warung kecil di kelurahan Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah adalah tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh keberadaan

				Alfamart/Indomaret, melainkan faktor utama pendapatan warung kecil menurun karena disebabkan kurangnya modal tambahan dan ilmu pengetahuan dari pemilik warung kecil itu sendiri.
Perbedaan : perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu bertujuan untuk menganalisis pengaruh berkembangnya keberadaan alfamart/indomaret terhadap pendapatan warung kecil di Kelurahan Terbagi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah. Sedangkan penelitian sekarang bertujuan untuk menganalisis dampak ekonomi toko kelontong terhadap keberadaan Indomaret diwilayah Pancor Lombok Timur.				
Persamaan : persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama membahas terkait pendapatan toko kecil sebelum dan sesudah adanya Alfamart/Indomaret serta terdapat kesamaan juga dalam teori yang digunakan.				
3.	Purnomo (2017)	Dampak Ekonomi Pendirian Alfamart Terhadap Toko Kecil Di Kota Palangka Raya	Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.	Mengenai dampak pendirian Alfamart terhadap toko kecil di Kota Palangka Raya adanya dampak negatif bagi pedagang yaitu mayoritas pedagang toko kecil menyatakan Penurunan pendapatan setelah adanya Alfamart. Hal tersebut terbukti dengan jumlah komoditas barang yang di beli semakin menurun.
Perbedaan : perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah lokasi penelitian. Dimana pada penelitian terdahulu melakukan penelitian di wilayah Palang Karaya sedangkan pada penelitian sekarang melakukan penelitian di wilayah Pancor Lombok Timur.				
Persamaan : persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama melakukan penelitian tentang dampak ekonomi keberadaan Alfamart/Indomaret terhadap toko kecil.				

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Definisi Dampak

Dampak adalah suatu akibat yang disebabkan oleh suatu hal dan dapat mempengaruhi keadaan seseorang atau kelompok. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dampak adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik negatif maupun positif, dalam hal ekonomis berarti pengaruh suatu penyelenggaraan kegiatan terhadap perekonomian. (KBBI Online, 2021).

Dampak merupakan suatu akibat yang disebabkan oleh sesuatu dan mempengaruhi keaadaan seseorang atau kelompok. (Lutfi, Ok Laksamena, 2013). Dampak adalah segala sesuatu yang timbul akibat adanya suatu kejadian atau pembangunan yang ada didalam masyarakat dan menghasilkan perubahan yang berpengaruh positif ataupun negatif terhadap kelangsungan hidup. Pengaruh positif berarti menunjukkan perubahan kearah yang lebih baik, sedangkan pengaruh negatif berarti menunjukkan perubahan kearah yang lebih buruk dari sebelum adanya pembangunan yang dilakukan. (Riona,l, &,Lestari P, 2013).

2.2.2 Ekonomi

Secara umum, ekonomi dapat diartikan sebagai sebuah bidang kajian tentang pengurusan sumber daya material individu, masyarakat, dan negara untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Karena ekonomi merupakan ilmu tentang prilaku dan tindakan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang bervariasi dan berkembang

dengan sumber daya yang ada melalui pilihan-pilihan kegiatan produksi, konsumsi dan atau distribusi.

Menurut Abraham Maslow dalam jurnal Megi Tindangen, Daisy S.M Engka, Patric C. Wauran. (2020:80) ekonomi adalah salah satu bidang pengkajian yang mencoba menyelesaikan masalah keperluan asas kehidupan manusia melalui penggemblengan segala sumber ekonomi yang ada dengan berasaskan prinsip serta teori tertentu dalam suatu sistem ekonomi yang dianggap efektif dan efisien. Sedangkan menurut Paul A. Samuelson dalam bukunya yang berjudul *Economics*: *An Introductory Analysis* (1948) ekonomi merupakan cara-cara yang dilakukan oleh manusia dan kelompoknya untuk memanfaatkan sumber-sumber yang terbatas untuk memperoleh berbagai komoditi dan mendistribusikannya untuk dikonsumsi oleh masyarakat.

2.2.3 Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah salah satu unsur dan tujuan utama dari pendirian adanya suatu perusahaan. Istilah pendapatan dapat diartikan sebagai *revenue* dan dapat juga diartikan sebagai *income*, maka income dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata *revenue* sebagai pendapatan penghasilan atau keuntungan. Pendapatan memiliki pengaruh yang sangat penting bagi kehidupan perusahaan, dimana semakin besar pendapatan yang diperoleh makan akan semakin besar kemampuan perusahaan untuk

membiayai segala pengeluaran dan segala kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), pendapatan adalah hasil kerja (usaha, dan sebagainya). Dalam kamus manajemen), pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba (Marhun 2003:230). Pendapatan adalah aliran masuk aktiva atau pengurangan utang yang diperoleh dari hasil penyerahan barang dan jasa kepada para pelanggan (Soemarsono, 2009).

Menurut Hans Kartikahadi, Rosita Uli Sinaga, Merliyana Syamsul, Sylvia Siregar (2012:186), pendapatan atau *income* adalah kenaikan manfaat ekonomi berupa satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitasyang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

Menurut Greuning, (2013:289-290) definisi pendapatan :IAS 8 mendefinisikan pendapatan sebagai aliran masuk dari manfaat ekonomi yang berasal dari kegiatan normal bisnis. Pendapatan didefinisikan sebagai aliran masuk bruto dari manfaat ekonomis selama periode, muncul dari aktivitas bisnis normal, dan menghasilkan kenaikan ekuitas yang jelas bukan dari kontribusi pemilik ekuitas. Menurut Sodikin dan Riyono (2014:37),

“Penghasilan (*income*) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama periode pelaporan dalam bentuk arus masuk atau peningkatan aset, atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Penghasilan meliputi pendapatan (*revenue*) dan keuntungan (*gain*). Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa”. Ikatan Akuntan Indonesia (2015:23.1) mendefinisikan: Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari pelaksanaan aktivitas entitas yang normal dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa. Kemudian Lam dan Lau (2014:317) mengemukakan bahwa pendapatan (*revenue*) adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomis selama periode berjalan yang muncul dalam rangkaian kegiatan biasa dari sebuah entitas ketika arus masuk dihasilkan dalam penambahan modal, selain yang berkaitan dengan kontribusi pemegang ekuitas.

Dari berbagai definisi-definisi di atas, maka dapat dikatakan bahwa pendapatan merupakan hasil dari kegiatan atas jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan yang dapat meliputi penjualan produk dan atau jasa kepada pelanggan yang diperoleh dalam suatu aktivitas operasi suatu perusahaan untuk

meningkatkan nilai aset serta menurunkan liabilitas yang timbul dalam penyerahan barang atau jasa.

2. Sumber – Sumber Pendapatan

Menurut Greuning, Hennie Van Scoot, Darrel Terblance, Simonet. (2013:289) sumber pendapatan dapat berasal dari penjualan barang, penyediaan jasa, penggunaan aset entitas oleh entitas lain yang menghaslkan bunga, dividen, dan royalty. Sumber pendapatan dijelaskan dalam IAS 8. Selain sumber-sumber tersebut, Greuning juga menjelaskan bahwa ada sumber pendapatan lain yaitu pendapatan sewa (IAS 37), investasi dengan menggunakan metode ekuitas (IAS 28), kontrak asuransi, perubahan nilai wajar dari aset dan liabilitas keuangan (IAS 39), dan pengakuan awal dan perubahan nilai wajar aset biologis (IAS 41). Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2015:231), pendapatan dapat berasal dari transaksi dan kejadian seperti penjualan barang dan jasa, serta penggunaan aset entitas oleh pihak lain yang menghasilkan bunga royalti dan dividen.

2.2.4 Retail

1. Pengertian Retail

Perkembangan dunia bisnis pada era modern belakangan ini sangat mendukung perkembangan bagi para retailer yang berada di pasar, terutama para retailer besar. Meningkatnya tingkat konsumsi dan hasrat berbelanja masyarakat membuat industri retail semakin

dilirik oleh para pelaku bisnis. Retail adalah suatu penjualan dari sejumlah kecil komoditas kepada konsumen. Retail berasal dari Bahasa Perancis diambil dari kata retailer yang berarti “memotong menjadi kecil-kecil” (Risch, Ernest H.,1991:2 dalam buku *Retail Merchandising*). Retail adalah link terakhir dalam rantai distribusi produk dari produsen initial ke konsumen akhir.

Pedagang eceran sangat penting artinya bagi produsen dikarenakan melalui pedagang eceran tersebut, produsen dapat memperoleh informasi mengenai barangnya.Produsen dan pedagang eceran dapat memupuk kerja sama yang saling menguntungkan yakni dengan mewawancarai pengecer, maka produsen dapat mengetahui komentar konsumen terhadap bentuk, rasa, daya tahan, harga, dan segala sesuatu mengenai produknya. Selain itu dapat juga mengetahui kekuatan saingan.

Toko kelontong atau yang biasa disebut dengan warung penyedia barang kebutuhan sehari-hari merupakan usaha mikro yang kepemilikannya dimiliki oleh pribadi dan melakukan penjualan barang yang bersifat melayani pelanggan dan konsumen datang untuk membeli barang tidak dengan mandiri yaitu dengan dilayani langsung oleh pelayan toko kelontong tersebut, dan pada umumnya pada toko kelontong yang skala kecil pelayan toko kelontong adalah sebagai kasir juga. Toko kelontong umumnya mudah diakses atau bersifat likal dan mudah ditemukan dilokasi

perumahan padat penduduk di kota maupun di pendesaan. Pada saat ini keberadaan toko kelontong terancam oleh minimarket yang merambah ke pelosok-pelosok daerah.

Tidak jarang masyarakat di daerah-daerah terpencil lebih memilih berbelanja di minimarket daripada di toko kelontong karena beberapa aspek, misalnya aspek *prestise*, kenyamanan berbelanja dan kelengkapan barag-barang kebutuhan mereka. Melihat pesatnya perkembangan kedua minimarket tersebut ini tentu merupakan suatu ketakutan bagi para pedagang toko kelontong. Kehadiran minimarket ini telah mengusik kenyamanan pedagang toko kelontong. Para konsumen yang sebelumnya berbelanja di toko kelontong mulai berpaling membelanjakan uangnya ke minimarket. Hal ini terjadi karena kedua minimarket ini mampu memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder.

Keadaan ini telah berdampak pada pendapatan toko kelontong yang semakin menurun. Penurunan ini mengakibatkan kelesuhan bagi para pedagangnya, sehingga toko tidak menarik untuk dikelola.

Menurut Tjiptono (2008:191), Pedagang eceran (retailling) merupakan semua kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis.

Menurut Kotler (2007:592), usaha eceran (retailing) adalah semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi bukan untuk bisnis. Menurut Gilbert (2003:6), ritel adalah semua usaha bisnis yang mengarahkan secara langsung kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi. Menurut Berman dan Evan (2007:3), penjualan eceran adalah tingkat terakhir dari proses distribusi, yang di dalamnya terdapat aktivitas bisnis dalam penjualan barang atau jasa kepada konsumen. Menurut Levy dan Weitz (2001:8) "Retailing adalah satu rangkaian aktivitas bisnis untuk menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga". Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari retailing adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri. Menurut Gilbert (2003:6) Retail adalah semua usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi.

Berdasarkan definisi-definisi retailing di atas, maka penulis dapat merumuskan beberapa hal mengenai retailing, yaitu:

1) Retailing atau usaha eceran adalah mata rantai terakhir dari saluran distribusi.

2) Retailing mencakup berbagai macam aktivitas, namun aktivitas yang paling pokok adalah kegiatan menjual produk secara langsung kepada konsumen
3) Produk yang ditawarkan dapat berupa barang, jasa atau kombinasi keduanya.
4) Pasar sasaran atau konsumen yang menjadi target adalah konsumen non bisnis, yaitu yang mengonsumsi produk atau kebutuhan pribadi dan rumah tangga.

2.2.5 Harga

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Kesuksesan dalam penetapan harga merupakan elemen kunci dalam bauran pemasaran. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Hargamerupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dalam perusahaan, oleh sebab itu harga dapat dikatakan mendatangkan laba bagi perusahaan. Harga dapat menjadi alat yang menjadi kompetitif dalam bersaing. Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.

Kotler dan Keller (2009:67) menjelaskan harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Perusahaan biasanya mengembangkan struktur

penetapan harga yang merefleksikan variasi dalam permintaan dan biaya secara geografis, kebutuhan segmen pasar, waktu pembelian, tingkat pemesanan, frekuensi pengiriman, garansi, kontrak layanan, dan faktor lainnya.

2.2.6 Display

Display sering juga disebut dengan visual merchandising yang artinya kemampuan untuk melihat dengan mata yang digambarkan dalam pikiran membentuk suatu gambaran fenomena keindahan dan image tentang produk atau sesuatu yang dipromosikan (dijual) dari sebuah retail dengan cara penataan barang dan juga melakukan promosi maka pelaksanaan *display* mempunyai tujuan untuk menunjukkan produk yang dijual kepada konsumen, menciptakan keinginan dalam diri konsumen untuk melakukan pembelian, menjual produk yang dijual secara atraktif, membuat gambaran atau image dari produk yang dijual dalam toko dan juga pelayanan kepada konsumen.

Menata barang dagangan atau dikenal dengan istilah *display* merupakan salah satu aspek penting untuk menarik konsumen pada toko dan barang kemudian dapat mendorong keinginan konsumen yang pada saat datang ke toko untuk membeli suatu produk melalui daya tarik penglihatan langsung pada suatu produk. Toko harus melakukan menciptakan daya tarik penataan ruang dan penyusunan produk sehingga konsumen atau pelanggan merasa betah dan nyaman dalam berbelanja. Pelaksanaan display yang efektif akan meningkatkan

penjualan dan dapat merangsang keputusan pembelian secara seketika (Muthiah, 2018). Menurut Rahmadana (2016), *display* adalah usaha yang dilakukan untuk menata barang yang mengarah pembeli agar tertarik untuk melihat dan memutuskan untuk membelinya.

Menurut Shultz dalam Alma (2011) *display* adalah usaha mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung.

2.2.7 Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Menurut Sutopo dan Suryanto (2003), ''Bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan''. Pengertian pelayanan yang dikemukakan oleh Haksever (2000) menyatakan bahwa jasa atau pelayanan *(services*) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kegunaan psikologis.

2. Karakteristik Pelayanan

Normann (2002) menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut:

a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba.
b. Pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
c. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata.

Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata.

3. Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan menurut Supranto (2006), "Adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik". Kualitas pelayanan menurut Evans dan Lindsay (2000), "Adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, prosesdan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

4. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml (2000), "Tangible adalah kualitas pelayanan yang berupa sasaran fisik perkantoran, komputerisasi, ruang tunggu, tempat informasi, perlengkapan dan personil".

Menurut Kotler (2001), "Tangible yaitu menunjuk pada fasilitas fisik, peralatan personil dan media komunikasi.

a. Kehandalan (*Reliability*)

Zeithaml (2000), "*Reliability* adalah kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya, cepat dan tidak pilih kasih. Kotler (2001), "*Reliability* yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat waktu".

b. Ketanggapan (Responsiveness)

Menurut Zeithaml (2000), "*Responsiveness* adalah kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan yang menyenangkan serta tanggap terhadap keinginan konsumen". Kotler (2001), "*Responsiveness* yaitu kemampuan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat".

c. Jaminan (*Assurance*)

Menurut Kotler (2001), "*Assurance* yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Rangkuti (2002), "*Assurance* yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan".

d. Empati (*Emphaty*)

Menurut Kotler (2001), Empati yaitu menunjuk pada syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi kepada pelanggan. Rangkuti (2002), "Empati yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi. Membangun Kualitas Pelayanan Menurut Aviliani dan Wilfridus (2002), "Membangun kepuasan pengguna jasa melalui kualitas layanan dapat ditingkatkan dengan beberapa alternatif, antara lain sebagai berikut:

1. Memperkecil gap-gap yang terjadi antara pihak manajemen dengan pengguna jasa.
2. Organisasi harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
3. Memberikan kesempatan kepada pengguna jasa untuk menyampaikan keluhan. Organisasi dapat membentuk keluhan (*complaint*) *and suggestion system*, misalnya dengan mengadakan hot line bebas pulsa.
4. Mengembangkan dan menerapkan accountable, proactive dan partnership marketing sesuai dengan situasi pemasaran. Sulitnya Menilai Kualitas Pelayanan Menurut Tjiptono (2004), menyatakan bahwa sulitnya menilai kualitas pelayanan dise-babkan karena ciri khas yang melekat pada produk jasa yang tidak sama dengan produk manufacturing, yaitu bahwa produk jasa pelayanan produksinya tidak dapat diproduksi dan disimpanseperti pada persediaan barang manufacturing. Kotler (2001) menyatakan bahwa, "Kesulitan lainnya juga akan muncul dalam menilai kualitas adalah pada persepsi pelanggan terhadap kualitas pelanggan". Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan yang berakhir pada persepsi pelanggan.

2.2.8 Modal

1. Pengertian Modal

Menurut pendapat Agustin (2006;2) mengartikan modal sebagai kekuasaan untuk menggunakan barang-barang modal. Dengan demikian modal terdapat didalam neraca sebelah kredit. Adapun barang-barang modal ialah barang-barang yang ada dalam perusahaan yang belum digunakan yang terdapat dalam neraca sebelah debet.

Pengertian dan dasar pencatatan modal menurut Akuntansi Indonesia (1996) mempunyai pengertian :

1. Modal merupakan bagian hak milik perusahaan yaitu selisih antara aktiva dan kewajiban yang ada dengan demikian tidak merupakan nilai jual perusahaan.
2. Pada dasarnya modal berasal dari investasi pemilik dan hasil usaha perusahaan, modal akan berkurang terutama dengan adanya penarikan kembali penyertaan oleh pemilik, pembagian deviden dan kerugian yangdiderita.
3. Penambahan modal disetor lazim dicatat berdasarkan :
    a. Jumlah uang yang diterima
    b. Besarnya kerugian yang ditimbulkan atau hutang yang dibatalkan

2. Jenis-jenis Modal Kerja

Menurut WB. Taylor dan Bambang Rianto (1990:54-55) Modal Kerja digolongkan dalam beberapa jenis yaitu :

1. Modal Kerja Permanen (*Permanent Working Capital*)

   Yaitu modal kerja yang ada pada perusahaan untuk dapat menjalankan fungsinya antara modal kerja ini terdiri dan :

   a. Modal kerja primer (*Primary Working Capital*)

      Jumlah modal kerja minimum yang harus ada pada perusahaan untuk menjaga kontinuitas usahanya.

   b. Modal kerja normal (*Normal Working Capital*)

      Modal kerja yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan proses produksi yang normal.

2. Modal Kerja Variabel (*Variable Working Capital*)

   Yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan keadaan. Modal kerja ini dibagi:

   a. Modal kerja musiman (*Seasonal Working Capital*)

      modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah disebabkan oleh fluktuasi musim.

   b. Modal kerja siklis (*Cyclical Working Capital*)

      Modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah disebabkan oleh fluktuasi konjungtur.

   c. Modal kerja darurat (*Emergency Working Capital*)

Modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah karena keadaan darurat yang tidak diketahui sebelumnya.

2.2.9 Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Manajemen adalah suatu proses kegiatan pengelolaan dalam sebuah perusahaan dengan menerapkan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dalam memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Griffin, manajemen adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif danefisien. Manajemen dan organisasi adalah aspek yang sangat vital dalam suatu usaha. Karena usaha yang akan atau sedang dirintis mungkin saja akan mengalami kegagalan jika manajemen dan organisasi tidak berjalan dengan baik. Proses manajemen sendiri juga terdapat kaidah-kaidah agar suatu usaha bisa berjalan lebih mudah.

2. Fungsi Manajemen

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan dalah proses untuk menentukan kemana dan bagaimana suatu usaha akan dijalankan atau dimulaiuntuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Artinya sebelum usaha yang dijalankan dan aplikasikansecara riil maka

diperlukan perencanaan yang matang agar menjadi acuan dalam proses pelaksanaan program kerja baik secara universal maupun perunit kerja.

b. Pengorganisasian (*Organizating*)

Pengorganisasian adalah proses untuk mengelompokkan kegiatan-kegiatan dalam unit-unit tertentu agar jelas dan teratur sesuai dengan tanggungjawab dan wewenang si pemegang unit. Pada biasanya setelah perencanaan kegiatan usaha maka tahap pembagian program kerja sangat diperlukan untuk memudahkan pekerjaan dan bahkan penempatan padasetip unit harus tepat sesuai skill dan kemampuan karyawan agar pelaksanaannya bisa sesuai yang diharapakan perusahaan.

c. Pelaksanaan (*Actuacting*)

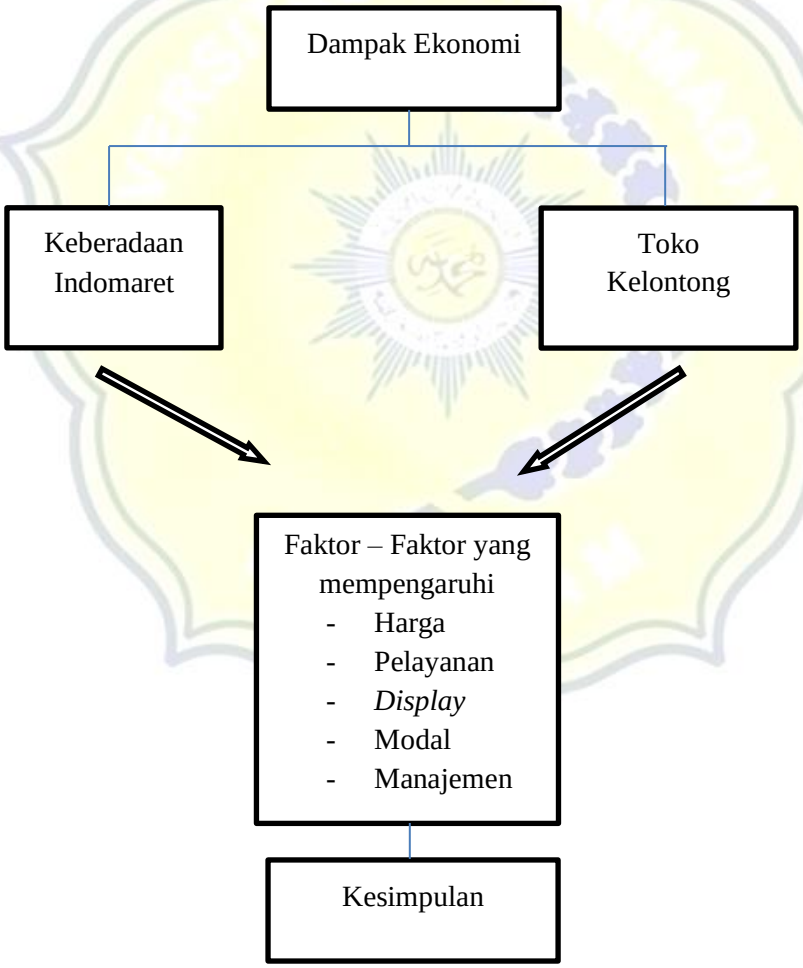
Pelaksanaan adalah proses dimana semua hal yang terencana telah dimulai oleh seluruh unit. Seperti seorang manajer yang mengerahkan seluruh bawahannya untuk memulai pekerjaan sesuai dengan tugas yang telah ditetapkan kepadanya.Artinya karyawan yang telah ditempatkan pada masing-masing unit mereka harus benar-benar menjalankan tugas, pokok dan fungsinya sesuai yangtelah ditetapan oleh perusahaan.Disini juga sangat membutuhkan komunikasi, koordinasi dan kolaborasi dari setiap unit dalam menyelesaikan tugas sebagai bentuk kerjasama pada setipa bidang/unit pekerjaan.

d. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan adalah proses untuk mengukur, menilaidan mengevaluasi hasil pekerjaan agar tetap sesuai dengan rencana awal dan mengoreksi berbagai penyimpangan selama proses pelasanaan kerja. Secara singkat bisa dikatakan bahwa manajer adalah orang yang memanajemen. Jadi, seorang manajer bertugas mengatur bawahannya atau stafnya agar mereka bekerja demi mencapai tujuan perusahaan/organisasi. Dalam perusahaan kecil, seorang manajer tidak perlu begitu banyak ditempatkan dalam suatu perusahaan karena pekerjaan yang diembannya tidak begitu besar. Misalnya, sebuah penerbit buku yang masih sederhana. Akan tetapi, bagi perusahaan besar perlu membutuhkan beberapa manajer untuk menyelesaikan pekerjaan yang telah ditetapkan perusahaan. Ada beberapa tingkatan manajer dalam sebuah perusahaan yang besar yaitu Top Manager, Middle Manager, dan Lower Manager (Syafii,2014). Setiap tugas-tugas yang diberikan kepada setiap manager memiliki tingkat kerumitan yang berbeda-beda.

2.3 Kerangka Berpikir

Dampak ekonomi merupakan pengaruh atau masalah ekonomi yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Ternyata dari keberadaan Indomaret yang ada di wilayah Pancor memberikan dampak, baik dampak positif maupun dampak negatif. Lalu bagaimana dampak ekonomi terhadap keberadaan Indomaet yang ada di wilayah Pancor yang dianggap merugikan para pedagang toko kelontong serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Lebih jelasnya penulis membuat skematis kerangka berfikir sebagai berikut:



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Adapun metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Istilah kualitatif, pada mulanya bersumber pada pengamatan kualitatif yaitu pengamatan yang menunjuk pada sikap ilmiah dan perhitungannya atas dasar jumlah. Metode kualitatif digunakan untuk mendapat data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna sebenarnya.

3.2 Lokasi Penelitian dan waktu penilitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Pancor Kecamatan Selong, Kabupaten Lombok Timur. Waktu penelitian dimulai dari 23 Desember 2021 sampai Juni 2022.

3.3 Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data primer menurut (Sugiyono. 2018:456), adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer didapatkan melalui

wawancara dari narasumber mengenai topik penelitian yang dilakukan sebagai data primer diperoleh dari informan, adapun informan pada penelitian ini yaitu pedagang toko kelontong dan konsumen yang terdapat di wilayah Pancor Kecamatan Selong.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder menurut (Sugiyono, 2018:456) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya dapat diperoleh melalui studi kepustakaan, studi kepustakaan dilakukan melalui penelusuran bahan pustaka resmi, penelusuran internet dan studi dokumentasi berkas-berkas penting dan institusi dengan mengutip dari sumber yang ada.

3.4 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Dalam mencari data-data, dan informasi yang berupa fakta harus memperhatikan teknik pengumpulan data yang dinilai paling tepat.Sehingga informasi yang didapatkan benar-benar valid dan reliabel. Untuk mendapatkan data yang akurat, maka peneliti menggunakan metode-metode pengumpulan data primer melalui wawancara, yaitu pengumpulan data secara langsung di lapangan oleh peneliti sendiri dan pengumpulan data sekunder melalui observasi atau kepustakaan (*library research*), yaitu pengumpulan data tidak secara langsung di lapangan, data diperoleh dari pihak lain yang sudah mengumpulkannya terlebih dahulu, serta data yang didokumentasikan.

3.4.1 Observasi

Observasi adalah suatu proses pengambilan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara sistematis terhadap obyek penelitian yang diteliti dengan cara langsung dan terencana bukan karena kebetulan. Data observasi berupa deskripsi yang faktual, cermat dan terinci mengenai keadaan wilayah Pancor Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur.

Observasi adalah salah satu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek penelitian (to obsev = dengan teliti, mencermati dengan hati-hati, mengintip atau mengamati). Orang yang melakukan observasi disebut dengan istilah observer, sedangkan objek yang diamati disebut observees. Observasi dapat dilakukan terhadap fenomena sosial atau gejala-gejala peristiwa alam dalam kegiatan penelitian lapangan.

Pada penelitian ini menggunakan tekhnik observasi. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran langsung mengenai dampak pendapatan pedagang toko kelontong baik sesudah atau sebelum adanya minimarket yang ada di wilayah Pancor Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur.

3.4.2 Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data melalui proses dialog pewawancaraan dengan responden. Metode wawancara ini adalah bertanya secara lisan kepada pedagang toko kelontong di wilayah

Pancor Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur untuk mendapatkan jawaban atau keterangan. Dalam hal ini pertanyaan secara lisan yang diajukan oleh peneliti kepada pedagang toko kelontong dengan maksud agar mau memberikan jawaban akan keterangan atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, data yang relevan penelitian. Metode ini untuk mencatat data-data sumber yang tersedia dalam bentuk dokumen-dokumen atau arsip-arsip lainnya. Data dapat diperoleh penulis dari dokumentasi adalah gambaran pedagang toko kelontong di wilayah Pancor, Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur.

3.5 Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif.

3.5.1 Reduksi Data

Reduksi data dilakukan sebagai proses seleksi, pemfokusan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang ada di lapangan langsung, dan diteruskan pada waktu pengumpulan data, dengan demikian reduksi data dimulai sejak peneliti memfokuskan wilayah penelitian.

3.5.2 Penyajian Data

Penyajian data merupakan rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan penelitian dilakukan. Penyajian data diperoleh berbagai jenis, jaringan kerja, keterkaitan kegiatan atau tabel.

3.5.3 Penarikan Kesimpulan

Dalam pengumpulan data, peneliti harus mengerti dan tanggap terhadap sesuatu yang diteliti langsung di lapangan dengan menyusun pola-pola pengarahan dan sebab akibat.

Berdasarkan keterangan di atas, maka setiap tahap dalam proses tersebut dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data dengan menelaah seluruh data yang ada dari berbagai sumber yang telah didapat dari lapangan dan dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya melalui metode wawancara yang didukung dengan studi dokumentasi.