

SKRIPSI

**ANALISIS PERUBAHAN PENDAPATAN DAN LABA PEDAGANG
ECERAN SEBELUM DAN SESUDAH BERDIRINYA INDOMARET DAN
ALFAMART DI KECAMATAN BAGAN SINEMBAH KABUPATEN
ROKAN HILIR**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau*



OLEH :

KAMINI MAYA ASTUTI

155210785

PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2020

**ANALYSIS OF RETAIL INCOME AND PROFIT OF RETAIL TRADERS
BEFORE AND AFTER THE INDOMARET AND ALFAMART
ESTABLISHMENT IN BAGAN SINEMBAH DISTRICT, ROKAN HILIR
DISTRICT**

BY:

KAMINI MAYA ASTUTI

155210785

ABSTRACT

This study aims to see whether there are changes in income and profits of retail traders before and after the establishment of Indomaret and Alfamart. The population in this study were all retail traders in the sub-district of Bagan Sinembah. The sampling technique used was observation, interview, questionnaire and documentation. The sample in this study was 43 respondents. Income and Profit are measured using normality analysis and Independent Sample t test. The results showed that there were changes in income and profits before and after the establishment of Indomaret and Alfamart in Bagan Sinembah District.

Keywords: *Revenue, Profit, Retail Merchants.*

**ANALISIS PERUBAHAN PENDAPATAN DAN LABA PEDAGANG
ECERAN SEBELUM DAN SESUDAH BERDIRINYA INDOMARET DAN
ALFAMART DI KECAMATAN BAGAN SINEMBAH KABUPATEN
ROKAN HILIR**

Oleh:

KAMINI MAYA ASTUTI

155210785

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat perubahan pendapatan dan laba pada pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya indomaret dan alfamart. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang eceran yang terdapat di kecamatan bagan sinembah. Teknik sampling yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 43 responden. Pendapatan dan Laba diukur dengan menggunakan analisis normalitas dan Independent Sampel t test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perubahan pendapatan dan laba sebelum dan sesudah berdirinya indomaret dan alfamart di Kecamatan Bagan Sinembah.

Kata kunci: *Pendapatan, Laba, Pedagang Eceran.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan fisik dan pikiran untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) diperlukan suatu karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Pada kesempatan ini penulis membuat skripsi yang berjudul **“Analisis Perubahan Pendapatan Dan Laba Pedagang Eceran Sebelum Dan Sesudah Berdirinya Indomaret Dan Alfamart Di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir”**. Adapun skripsi ini sangat dianjurkan untuk memenuhi syarat dalam mengikuti ujian oral (comprehensive) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa sebagai karya manusia biasa yang tak luput dari kesalahan dan kekhilafan, skripsi ini masih jauh dari skripsi, Penulisan ini banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik segi ini maupun penulisan. Demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat membangun.

Selain dari itu, penulis juga banyak mendapat bantuan baik moril maupun materil serta bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Kepada Ayahanda Paidi dan Ibunda Tukijah terimakasih yang tak terhingga dengan kasih dan sayangnya sepanjang waktu, cinta serta perhatian yang tak pernah berhenti dan selalu membantu dari segi moril maupun materil selama hidup ananda selama ini, terimakasih juga kepada kakak dan abang ku Novita Yohana, Sandi Santoso, Mujiman Serta Adik ku tercinta Anggri Juwita Wati yang bersedia menemani hari-hari penulis untuk membantu menyemangati dalam penelitian skripsi ini. *I Love You!!*
2. Bapak Firdaus AR. SE, MSi, Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau
3. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau
4. Bapak Azmansyah, SE., M.Econ dan Ibu Dr. Raja Ria Yusnita, SE., ME, selaku dosen pembimbing yang tak pernah lelah memberikan petunjuk dan arahan serta bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini cepat terselesaikan. Bapak dan Ibu jugalah yang memberikan motivasi, memperbaiki dan menyempurnakan sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan pada waktunya.
5. Bapak Dr. Hamdi Agustin, SE., MM, Ibu Hj. Susie Suryani, SE., MM, dan Ibu Hj. Eka Nuraini, R, M.Si Selaku penguji saya yang telah meluangkan waktu beliau untuk membimbing saya. Dan saya bisa menyelesaikan dengan tepat waktu.

6. Terimakasih buat yang Tersayang yang selalu mendampingi setiap waktu dalam menyelesaikan skripsi ini, Adetama Husada, Tiara Wulandari, Azura Syarifah Hanum, Mita Rosida, Ella Elyana Puspita, Titin Sofiati, Selly Armasari dan Debby Septiani Purnomo, *thanks for you guys!!*
7. Terimakasih teman kampus FE 2015 yang belum sempat disebutkan. Intinya terimakasih telah menjadi teman kampus FE 2015 Terbaik. *Good Job Guys!!*

Dalam penyusunan skripsi ini, saya mengakui banyak terdapat kekurangan. Baik dari penulisan maupun sumber referensi. saya akui itulah kemampuan yang bisa saya berikan dalam penyusunan skripsi ini. Maka dari itu saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini lebih baik lagi dan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATAPENGANTARiii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Pengertian Pasar	11
2.2 Pedagang Eceran	15
2.2.1 Ruang Lingkup Penjualan Eceran	15
2.2.2 Pengertian Penjualan Eceran	17
2.2.3 Fungsi Pedagang Eceran.....	17
2.2.4 Jenis-Jenis Penjualan Eceran.....	18
2.2.5 Konsep Penjualan Eceran	19
2.3 Pendapatan	21
2.3.1 Pengertian Pendapatan.....	21
2.3.2 Jenis-jenis Pendapatan.....	26
2.3.3 Kriteria Pendapatan	27
2.3.4 Unsur-unsur Pendapatan.....	27
2.3.5 Sumber Pendapatan	27
2.3.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan	28

2.4 Biaya	30
2.4.1 Pengertian Biaya.....	30
2.4.2 Klasifikasi Biaya	31
2.5 Laba.....	33
2.5.1 Pengertian Laba	33
2.5.2 Jenis Laba	34
2.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba	35
2.5.4 Unsur-unsur yang Membentuk Laba.....	36
2.6 Harga.....	37
2.7 Lokasi Usaha.....	39
2.8 Peneltian Terdahulu	41
2.9 Kerangka Pemikiran.....	42
2.10 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Lokasi/Objek Penelitian	44
3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	44
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	49
4.1 Geografis	49
4.2 Pemerintahan.....	50
4.3 Kependudukan	51
BAB V PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	53
5.1 Identitas Responden	53
5.1.1 Umur Responden.....	53
5.1.2 Jenis Kelamin Responden.....	54
5.1.3 Agama Responden.....	55
5.1.4 Tingkat Pendidikan Responden.....	55
5.1.5 Jumlah Karyawan Responden	57
5.1.6 Jumlah Tanggungan Responden.....	57

5.2 Pelaku Usaha.....	58
5.2.1 Status dan Tempat Kepemilikan Usaha.....	58
5.2.2 Sumber Modal Usaha	59
5.2.3 Modal Usaha.....	60
5.2.4 Lama Usaha Yang Berjalan.....	61
5.2.5 Pendapatan.....	62
5.2.6 Laba Atau Keuntungan.....	63
5.2.7 Pendapatan Selama Usaha Berjalan	64
5.2.8 Laba Atau Keuntungan Selama Usaha Berjalan	68
5.3 Uji Hipotesis	71
5.3.1 Uji Normalitas	72
5.3.2 Uji Beda Pendapatan	73
5.3.3 Uji Beda Laba Atau Keuntungan	74
5.4 Pembahasan.....	75
BAB VI PENUTUP.....	78
6.1 Kesimpulan	78
6.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80

Daftar Tabel

	Halaman
Tabel 1.1 Indomaret dan Alfamart yang terdapat di Kec. Bagan Sinembah Tahun 2018.....	3
Tabel 1.2 Jumlah Pedagang Eceran Di Kecamatan Bagan Sinembah	4
Tabel 4.1 Luas Wilayah Menurut kepenghuluan/Kelurahan di Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2019.....	49
Tabel 4.2 Jumlah Dusun, RW, dan RT Menurut Kepenghuluan/Kelurahan di Kecamatan Bagan Sinembah Tahun.....	50
Tabel 4.3 Jumlah Warga Menurut Kepenghuluan/Kelurahan di Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2019	51
Tabel 5.1 Jumlah Pelaku Usaha Menurut Usia di Eceran di Kecamatan Bagan Sinembah 2020.....	54
Tabel 5.2 Jumlah Pelaku Usaha Menurut Jenis Kelamin Di Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2020	54
Tabel 5.3 Jumlah Pelaku Usaha Menurut Status Agama Berdagang Di Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2020	55
Tabel 5.4 Jumlah Pelaku Usaha Menurut Tingkat Pendidikan di Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2020.....	56
Tabel 5.5 Jumlah Pelaku Usaha Menurut Jumlah Karyawan Di Sekitar Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2020	57
Tabel 5.6 Jumlah Pelaku Usaha Menurut Jumlah Tanggungan Di Sekitar Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2020.....	57
Tabel 5.7 Status dan Tempat Kepemilikan Usaha.....	58
Tabel 5.8 Sumber Modal Usaha	59

Tabel 5.9 Modal Usaha.....	60
Tabel 5.10 Lama Usaha Yang Berjalan	61
Tabel 5.11 Pendapatan Perhari Sebelum Dan Sesudah Berdirinya Indomaret dan Alfamart.....	63
Tabel 5.12 Laba Atau Keuntungan Perhari Sebelum Dan Sesudah Berdirinya Indomaret Dan Alfamart.....	64
Tabel 5.13 Pendapatan Rata-Rata Sebelum Dan Sesudah Berdirinya Indomaret Dan Alfamart Selama Usaha Berjalan Di Kecamatan Bagan Sinembah.....	65
Tabel 5.14 Laba Atau Keuntungan Rata-Rata Sebelum Dan Sesudah Berdirinya Indomaret Dan Alfamart Selama Usaha Berjalan	67
Tabel 5.15 Hasil Uji Statistik Independent Sample T-Test Pendapatan Sebelum Dan Sesudah Beridrinya Indomaret Dan Alfamart Di Sekitar Kecamatan Bagan Sinembah	70
Tabel 5.16 Hasil Uji Statistik Independent Sample T-Test Laba Sebelum Dan Sesudah Beridrinya Indomaret Dan Alfamart Di Sekitar Kecamatan Bagan Sinembah	71
Tabel 5.17 Rekapitulasi Hasil Penelitian.....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 5.1 Uji Normalitas.....	69



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kondisi pertumbuhan ekonomi saat ini berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistik) dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Termasuk pula meningkatnya usaha-usaha asing di Indonesia sebagai dampak dari pertumbuhan ekonomi serta banyaknya lapangan usaha yang mencari terobosan-terobosan baru dalam mengembangkan usahanya.

Salah satu terobosan yang saat ini banyak dikembangkan di Indonesia adalah pengembangan bisnis melalui sistem usaha *franchise* atau di Indonesia dikenal dengan waralaba. Sistem waralaba ini sangat efektif untuk mengembangkan suatu usaha karena tidak membutuhkan investasi langsung melainkan kerja sama para pihak sesuai dengan perjanjian yang ditetapkan pada waralaba. Menurut Basarah (2008) Perjanjian waralaba meliputi kiat-kiat bisnis berupa metode-metode dan prosedur pembuatan, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan oleh pemberi waralaba dan juga memberikan bantuan dalam periklanan dan promosi serta pelayanan konsultasi.

Adapun salah satu bentuk dari waralaba yang terdapat di Indonesia adalah Indomaret dan Alfamart. Indomaret dan Alfamart sebagai salah satu perusahaan ritel modern yang pertumbuhannya cukup pesat di Indonesia, yang mempunyai standar sebagai ritel swalayan yang bermutu dalam pengelolaannya, telah berdiri diberbagai daerah hingga plosok strategis di Indonesia, salah satunya

di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir. Indomaret dan Alfamart saat ini telah menjadi pilihan konsumen sebagai tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari. Sebagai perusahaan yang sudah dikenal masyarakat, Indomaret dan Alfamart juga mengalami fenomena persaingan yang sangat ketat oleh super market lain, hal ini membuat Indomaret dan Alfamart harus memiliki strategi pemasaran yang bertujuan untuk menarik minat konsumen agar melakukan pembelian.

Alasan kebanyakan masyarakat yang membeli di Indomaret dan Alfamart karena letaknya yang berdekatan dengan tempat tinggal dan salah satu indomaret dan alfamart juga buka sampai 24 jam, sehingga memudahkan masyarakat untuk berbelanja kapan saja. Selain itu masyarakat lebih percaya untuk berbelanja di Indomaret dan Alfamart di karenakan kualitas barang dan harga barang yang terdapat di Indomaret dan Alfamart sesuai dengan standar yang ditetapkan sehingga masyarakat tidak perlu khawatir dengan kualitas barang yang dijual pada ritel modern tersebut.

Banyaknya masyarakat yang lebih memilih untuk melakukan pembelian di Indomaret dan Alfamart berdampak pada pedagang eceran yang ada pada sekitar ritel modern tersebut. Hal ini dikarenakan letak Indomaret dan Alfamart yang selalu memilih daerah yang strategis, otomatis sebagian besar masyarakat beralih ke Indomaret dan Alfamart karena selain lengkap kualitasnya juga dirasa lebih baik. Di Indomaret dan Alfamart juga terdapat beberapa hal yang lebih banyak menarik masyarakat untuk berbelanja disana daripada pedagang-pedagang eceran disekitarnya.

Sesuai pada Perpres No. 112/2007 Pasal 1 Ayat 12 telah disebutkan bahwa zonasi, yaitu jarak minimarket dengan pedagang kecil/tradisional minimal 1 (satu) km, namun pada kenyataannya yang ditemukan dilapangan adalah ritel modern tersebut jaraknya sangat dekat bahkan ada yang bersebelahan dengan pedagang toko tradisional. Ditambah lagi barang yang dijual oleh toko tradisional umumnya sama dengan barang yang dijual pada ritel modern tersebut. Berkembangnya ritel modern tersebut menyebabkan keberadaan toko tradisional semakin tersisih. Terdapat persaingan yang tidak sehat diantara pelaku pasar tersebut. Kelebihan yang dimiliki oleh ritel modern tersebut tidak dimiliki oleh para pedagang kecil. Sehingga hal ini yang menyebabkan jurang pemisah dan kecemburuan sosial diantara keduanya.

Tabel 1.1
Indomaret dan Alfamart yang terdapat di Kec. Bagan Sinembah (2018)

No	Nama Perusahaan	Merek Usaha	Alamat/Lokasi Usaha
1	PT. Indomarco Prismatama	Indomaret	Jl. Jend. Sudirman No. 496 Kel. Bagan Batu Kota Kec. Bagan Sinembah
2	PT. Indomarco Prismatama	Indomaret	Jl. Jend. Sudirman Rt. 004 Rw. 004 Kep. Bagan Batu Kota Kec Bagan Sinembah
3	PT. Indomarco Prismatama	Indomaret	Jl. Jend. Sudirman Rt. 002 Rw. 009 Kel. Bagan Batu Kota Kec. Bagan Sinembah
4	PT. Indomarco Prismatama	Indomaret	Dusun Simpang Pujud Rt. 006 Rw. 002 Kep. Bahtera Makmur Kec. Bagan Sinembah
5	PT. Indomarco Prismatama	Indomaret	Jl. Jend. Sudirman Rt. 001 Rw. 002 Kel. Bagan Batu Barat Kec. Bagan Sinembah
6	PT. Indomarco	Indomaret	Jl. Lintas Riau – Sumut Km. 2 Kep. Bahtera Makmur Kota Kec. Bagan Sinembah

No	Nama Perusahaan	Merek Usaha	Alamat/Lokasi Usaha
	Prismatama		
7	PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk	Alfamart	Jl. Lintas Riau Sumut Rt. 015 Rw. 005 Kep. Kencana Kec. Bagan Sinembah
8	PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk	Alfamart	Jl. Lintas Sumut Balam Km. 26 Kep. Balam Sempurna Kota Kec. Bagan Sinembah
9	PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk	Alfamart	Jl. Lancang Kuning Rt. 006 Rw. 001 Kep. Bagan Batu Kec. Bagan Sinembah
10	PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk	Alfamart	Jl. Ahmad Yani Rt. 009 Rw. 002 Kep. Bagan Batu Kec. Bagan Sinembah
11	PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk	Alfamart	Jl. Jend. Sudirman Km. 6 Kel. Bahtera Makmur Kec. Bagan Sinembah

Sumber : Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTS),2019

Tabel 1.1 dapat dilihat perkembangan waralaba Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Bagan Sinembah cukup banyak. Jelas ini dapat mengganggu stabilitas perekonomian pedagang eceran.

Tabel 1.2
Jumlah Pedagang Eceran Di Kecamatan Bagan Sinembah

No	Kelurahan/Kepenghuluan	Warung/Kios (Unit)
1	Bahtera Makmur	6
2	Gelora	10
3	Pelita	8
4	Bagan Batu	7
5	Suka Maju	10
6	Bagan Manunggal	9
7	Bagan Sapta Manunggal	6

No	Kelurahan/Kepenghuluan	Warung/Kios (Unit)
8	Bakti Makmur	12
9	Jaya Agung	8
10	Meranti Makmur	9
11	Bayangkara Jaya	5
12	Bahtera Makmur Kota	10
13	Bagan Batu Kota	15
14	Bagan Batu Barat	6
15	Jadi Makmur	11
16	Murini Makmur	10
17	Bakti Jaya	8
Jumlah		150

Sumber : Data Olahan Survei Lapangan,2019

Pedagang eceran dan distribusi dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dan pertumbuhan yang cukup besar. Penyebab utama dari kemajuan pedagang eceran dan distribusi adalah semakin lengkapnya teknologi perusahaan manufaktur yang berskala besar sehingga diperlukan rantai distribusi yang jelas. Suatu fenomena yang kita lihat sekarang ini bahwa semakin banyak perusahaan berskala besar berkembang khususnya dinegara maju, dimana mereka membangun untuk bersaing dalam bisnis perdagangan. Indonesia sebagai Negara berkembang tentunya ingin mengetahui bagaimana awal mula perkembangan perdagangan eceran dan industri itu dengan mengacu pada perkembangan di Negara luar karena dalam perkembangannya perdagangan eceran memiliki peranan penting sebagai titik penghubung antara konsumen akhir dengan anggota saluran distribusi lainnya (Setiawan, 2012).

Keberadaan usaha ritel modern tersebut membuat keberadaan para pedagang eceran semakin tersisih bahkan meniadakannya. Menurunnya omset penjualan dan pendapatan para pedagang eceran tersebut semakin menambah daftar keterpurukan dari adanya waralaba Indomaret dan Alfamart yang semakin berkembang di kecamatan bagan sinembah. Hal ini menjadi suatu tantangan tersendiri bagi pemerintah daerah dan khususnya bagi pedagang eceran itu sendiri. Para pedagang eceran harus mempunyai langkah-langkah strategis dalam melakukan perubahan agar dapat bersaing dengan para pelaku usaha ritel modern tersebut dalam hal perebutan konsumen. Tanggapan yang diberikan oleh para pedagang eceran dengan adanya usaha waralaba Indomaret dan Alfamart tersebut ada yang berupa penolakan, penerimaan dengan terpaksa atau beradaptasi dengan keadaan yang ada, serta ada pula yang menemukan inovasi baru dalam memperluas usahanya agar dapat bersaing dengan ritel modern tersebut.

Adanya hal tersebut maka menimbulkan reaksi atau tanggapan para pedagang eceran mengenai perkembangan waralaba indomaret dan alfamart (toko modern) di berbagai tempat di kecamatan bagan sinembah. Indomaret dan Alfamart cenderung lebih diminati oleh masyarakat daripada pedagang eceran. Hal ini disebabkan oleh Indomaret dan Alfamart menyediakan seluruh kebutuhan masyarakat, sedangkan pedagang eceran hanya menyediakan barang-barang tertentu, selain itu kondisi parkir juga sangat menentukan bagi pengendara mobil berbelanja di Indomaret dan Alfamart lebih nyaman, karena adanya tempat parkir yang luas, sedangkan di pedagang eceran cenderung tidak memperhatikan tempat parkir. Hal ini menyebabkan banyaknya pelanggan pedagang eceran pindah ke

Indomaret dan Alfamart. Dimana dalam penelitian ini peneliti memfokuskan meneliti tentang perubahan usaha dan laba pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Indomaret dan Alfamart.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian perubahan pendapatan usaha dan laba pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Bagansinembah Kabupaten Rokan Hilir karena area tersebut ditemukan banyak berdiri waralaba Indomaret dan Alfamart (toko modern) yang berdampak pada pedagang eceran disekitar Indomaret dan Alfamart yang telah memiliki gerai bahkan telah bertahun-tahun menggeluti usahanya.

Berdasarkan latar belakang diatas, mendorong peneliti untuk membuat penelitian dengan judul **“Analisis Perubahan Pendapatan Dan Laba Pedagang Eceran Sebelum Dan Sesudah Berdirinya Indomaret Dan Alfamart Di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas peneliti mengajukan pokok permasalahan sebagai berikut:

“Apakah terdapat Perubahan Pendapatan dan Laba Pedagang Eceran Sebelum dan Sesudah Berdirinya Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Apakah terdapat Perubahan Pendapatan dan Laba Pedagang Eceran Sebelum dan Sesudah Berdirinya Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini:

1. Bagi pembaca, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh munculnya pasar modern terhadap toko eceran.
2. Bagi fakultas, diharapkan dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut dalam bidang yang berkaitan
3. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh di bangku kuliah. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan suatu pola dalam penyusunan karya ilmiah, dalam menggambarkan secara garis besar deskripsi dan penjelasan dari bab pertama hingga bab terakhir. Hal ini ditujukan agar dapat memudahkan pembaca dalam memahami karya ilmiah yang telah dibuat. Penelitian ini terdiri dari enam bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang menyajikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dan menjelaskan variabel penelitian serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, yaitu lokasi dan objek penelitian, operasional variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini secara garis besar mengenai gambaran umum lokasi penelitian yang meliputi kondisi geografis, demografi, struktur organisasi dan uraian tugas sub-sub bagian

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengemukakan hasil dari penelitian dan pembahasan untuk menemukan jawaban atas masalah-masalah dari penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup dimana akan dikemukakan kesimpulan, keterbatasan dan saran sehubungan dengan hasil penelitian



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pasar

Menurut peraturan presiden No. 112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Seperti yang dinyatakan oleh Basu Swasta dalam kholis, dkk (2000:20) bahwa pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Pengkategorian pasar tradisional dan pasar modern sebenarnya baru muncul belakangan ini ketika mulai bermunculnya *pasar swalayan, supermarket, hypermarket* dan sebagainya.

Menurut beberapa definisi pasar diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar dalam arti sempit adalah tempat permintaan dan penawaran bertemu, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar tradisional. Lain dari itu dalam arti luas adalah proses transaksi antara permintaan dan penawaran, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar modern. Secara umum pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli.

Di pasar antara penjual dan pembeli akan melakukan transaksi. Transaksi menurut Skousen dan Stice (2007:71) adalah pertukaran barang dan jasa antara (baik individu, perusahaan-perusahaan dan organisasi lain) kejadian lain yang mempunyai pengaruh ekonomi atas bisnis. Syarat terjadinya transaksi adalah ada

barang yang diperjualbelikan. Ada pedagang, ada pembeli, ada kesepakatan harga barang, dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

Menurut cara transaksinya, jenis pasar dibedakan menjadi 2, yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

a. Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Lebih lanjut menurut Perpres tersebut, pasar tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau local atau lingkungan (perumahan) didalam kota/kabupaten.

Pasar tradisional adalah pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih tradisional dan simple daripada pasar modern, umumnya pasar tradisional tersebut terdapat di pinggiran perkotaan/jalan atau lingkungan perumahan. Sinaga (2004) dalam makalahnya yang disampaikan pada saat Pertemuan Nasional Tentang Pengembangan Pasar Tradisional, menyatakan bahwa pasar tradisional diantaranya yaitu warung rumah tangga, warung kios, pedagang kaki lima, dan sebagainya. Barang yang dijual di sini hampir sama seperti barang-barang yang dijual di pasar modern dengan variasi jenis yang beragam. Pasar tradisional saat ini

cenderung menjual barang-barang lokal saja dan jarang ditemui barang impor. Barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama dengan pasar modern., maka barang yang dijual pun mempunyai kualitas yang relatif sama terjaminnya dengan barang-barang di pasar modern. Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri-sendiri.

Selain itu, harga pasar selalu berubah-ubah, sehingga bila menggunakan label harga lebih repot karena harus mengganti-ganti label harga sesuai dengan perubahan harga yang ada dipasar.

Tipe pasar tradisional sebenarnya sangatlah beragam jenisnya, dan dalam pertumbuhannya telah berlangsung lama. Masing-masing pasar memantapkan peran, fungsi serta bentuknya sendiri-sendiri. Bila umumnya mereka berfungsi sebagai pasar pengecer, dikota-kota beberapa pasar berkembang menjadi pasar pengumpul, sementara dikota-kota besar menjadi grosir. Beberapa pasar ada yang mengkhususkan pada penjualan komoditi tertentu, seperti hewan/ternak, buah dan sebagainya. Waktu kegiatan perdagangannya pasar tradisional ini dikenal adanya pasar harian dan periodik (pasar legi, kliwon, pon, wage, pasar minggu, pasar jum'at dan sebagainya) sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat akan komoditas pasar yang tidak selalu harus dipenuhi setiap hari.

b. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat dikawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Seperti yang dinyatakan oleh Sinaga (2004) dalam makalahnya pada Pertemuan Nasional Tentang Pengembangan Pasar Tradisional menyatakan contoh pasar modern antara lain mall, *supermarket*, *department store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Toko Modern kecil, seperti mini *swalayan/minimarket* adalah sarana/tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran langsung kepada pembeli akhir dengan cara swalayan yang luas lantai usahanya kurang dari 400 m². (Perda No. 02/2009 Bab I mengenai Toko Modern).

Barang yang dijual dipasar modern memilii variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan sesudah dikenakan pajak).

2.2 Pedagang Eceran

2.2.1 Ruang Lingkup Penjualan Eceran

Bisnis eceran begitu penting dalam kegiatan ekonomi karena merupakan bisnis yang secara langsung memenuhi kebutuhan konsumen. Berkembangnya bisnis eceran di Indonesia sejalan dengan pertumbuhan penduduk, sehingga jenis maupun ruang lingkup usahanya berkembang sesuai dengan perubahan pola perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Sebagaimana diungkapkan “Leon” roda eceran yang menunjukkan adanya suatu proses evolusi tempat pembelian. Bisnis eceran dapat dikategorikan sebagai strategi campuran, perusahaan secara tertentu mengkombinasikan lokasi toko, prosedur operasi, produk atau jasa yang ditawarkan, taktik harga, suasana toko, pelayanan konsumen dan metode promosi. Lokasi toko menunjukkan penggunaan toko atau format non toko, penempatan pada geografi dan macam-macam tempat (seperti pusat pembelian), prosedur operasi menyangkut berbagai macam karyawan yang bekerja, gaya manajemen, dan faktor-faktor lainnya. Barang atau jasa yang ditawarkan meliputi beberapa kategori produk dan kualitas mungkin rendah, sedang atau tinggi. Harga menunjukkan penetapan harga eceran yang memberikan *prestise* (menciptakan citra kualitas), persaingan harga (menetapkan harga pada tingkat persaingan), atau penetrasi harga (harga dibawah dari penjualan eceran lainnya). Suasana toko dan pelayanan konsumen direfleksikan oleh fasilitas fisik dan perhatian personal yang diberikan, kebijakan pengembalian, transportasi dan faktor lain. Promosi meliputi

kegiatan periklanan, *display*, penjualan personal, dan promosi penjualan. Dengan mengombinasikan unsur-unsur eceran dapat dikembangkan strategi yang unik.

Penjualan eceran yang tumbuh sekarang harus berusaha mendominasi dalam berbagai cara untuk mencapai tujuan perusahaan, dengan demikian pandangan konsumen terhadap toko tersebut cukup loyal dan tidak meninggalkan toko tersebut.

Ada beberapa cara mencapai tujuan penjualan eceran dan kombinasi pendekatan dua atau lebih yang menarik untuk penjualan eceran tertentu, yaitu :

- a) Beorientasi pada harga dan efisien biaya untuk menarik sensitifitas para pembeli
- b) Meningkatkan skala pelayanan jasa
- c) Status kesadaran konsumen
- d) Kenyamanan untuk menarik keinginan berbelanja lebih mudah
- e) Lokasi yang dekat atau lamanya berbelanja
- f) Menawarkan sebagian lebih besar gabungan ini produk untuk menarik minat konsumen yang bervariasi sehingga dapat membandingkannya.
- g) Menawarkan pelayanan jasa yang lebih baik untuk menarik akibat kekecewaan menurunnya pelayanan jasa dari penjualan eceran
- h) *Inovatif dan eksklusif* dan memberikan cara unik dalam operasi (seperti kios-kios yang ada pada bandara) atau memelihara produk/merek tidak disediakan oleh lain, sebagai reaksi terhadap masyarakat yang mengalami inovasi atau kejenuhan.

2.2.2 Pengertian Penjualan Eceran

Kotler dan Keller (2006:535), (*retailing includes all the activities involved in selling goods or services directly to final consumer for personal, non-business case*), mengemukakan bahwa penjualan eceran meliputi kegiatan yang melibatkan penjualan produk atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir dan non bisnis.

Berman (2007:3), penjualan eceran adalah tingkat terakhir dan proses distribusi, yang didalamnya terdapat aktivitas bisnis dalam penjualan barang atau jasa kepada konsumen.

Dari kedua pendapat diatas memiliki esensi yang sama, bahwa yang dikategorikan penjualan eceran adalah suatu mekanisme penjualan produk atau jasa ke konsumen akhir.

2.2.3 Fungsi Pedagang Eceran

Penjualan eceran meliputi semua kegiatan yang berhubungan langsung dengan penjualan barang atau jasa kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi, penjualan eceran dapat lebih maju dalam usahanya apabila mau bekerja lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya dalam melayani konsumen, “Pelayanan kepada konsumen harus diutamakan karena merupakan tanggung jawab primer”, sedangkan tanggung jawab sekundernya adalah melayani pedagang besar atau produsen. Pada dasarnya fungsi penjualan eceran adalah memberikan pelayanan semudah mungkin kepada konsumen.

Weitz (2005:8), mengemukakan bahwa fungsi pengecer menyediakan barang dan jasa, melakukan pengemasan menjadi bagian yang lebih kecil,

menyimpan persediaan, menyediakan jasa agar pelanggan dapat memperoleh barang dengan mudah.

Menurut Levy Welts (2007:4), fungsi penjual eceran sebagai berikut :

- 1) Mengadakan tersedianya pilihan akan kombinasi sesuai dengan yang digunakan oleh konsumen
- 2) Memberikan penawaran produk dan jasa pelayanan dalam unit yang cukup kecil sehingga memungkinkan para konsumen memenuhi kebutuhannya.
- 3) Menyediakan pertukaran nilai tambah dari produk (*read exchange of value*)
- 4) Mengadakan transaksi dengan para konsumennya

2.2.4 Jenis-Jenis Penjualan Eceran

Kotler (2006:536), membagi tipe-tipe penjual eceran menjadi tiga bagian besar, yaitu:

- 1) *Store Retailer* (pedagang eceran bertoko)
 - a. *Speciality store*/toko khusus
 - b. *Department store*/toko serba ada
 - c. *Supermarket*/toko swalayan
 - d. *Convenience store*/toko barang kebutuhan sehari-hari
 - e. *Superstore, combination store, and hypermart* (toko super, toko gabungan, dan hypermart)
 - f. *Discount store* (toko pembeli potongan harga)
 - g. *Off pri telaller* (toko gudang)
 - h. *Catalog showroom* (ruang pameran katalog)

- 2) *Non Store Retailer* (penjualan eceran bukan toko)
 - a. *Direct selling* (penjualan langsung)
 - b. *Direct marketing* (pemasaran langsung)
 - c. *Automatic vending machine* (mesin penjual otomatis)
 - d. *Buying service* (pelayanan pembeli)
- 3) *Retailer Organization* (organisasi penjualan eceran)
 - a. *Corporate chain* (mata rantai perusahaan)
 - b. *Voluntary chain and retail cooperative* (rantai suka ada dan koperasi pedagang eceran)
 - c. *Costumer cooperative* (koperasi konsumen)
 - d. *Franchise organization* (organisasi hak guna paten)
 - e. *Merchindising conglomerate* (konglomerat dagang)

2.2.5 Konsep Penjualan Eceran

Levy and Weitz (2007:23) menekankan strategi bauran penjualan eceran adalah kombinasi dan variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh penjual eceran untuk dapat meningkatkan hasil penjualan yang diinginkan.

Unsur-unsur bauran penjualan eceran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan terdiri atas tujuh komponen, yaitu : *merchandising, facilities, price, promotion, locative customizer service, and personnel.*

1. Produk yang ditawarkan (*merchandising*)

Berman dan Evans (2004:2015) menegaskan barang dagangan yang ditawarkan pengecer berkaitan dengan jenis/keragaman produk dan kualitas

produk. Khusus untuk keseragaman produk ini, sangat diperlukan dalam penjualan eceran karena untuk memberikan pilihan bagi pelanggan.

2. Fasilitas (*facilities*)

Facilities menurut Berman dan Evans (2004:454) fasilitas yang disediakan oleh penjual eceran untuk meningkatkan produktivitas dan citra toko, termasuk suasana toko dan tata letak fisik yang harus dapat memudahkan dan tidak menyulitkan untuk berputar-putar di dalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan yang berbeda-beda, ada yang bersih, kotor, megah atau mungkin suram. *Atmosphere refers to stores physical characteristic that project an image and draw customers.* Suasana di sini berkaitan dengan situasi dan kondisi ditawarkan oleh penjual eceran. Fasilitas ini terdiri dari *Erterior, General Interior, Store Layout dan Interior (point of purchase) display Interior* berkaitan dengan fasilitas parkir, pintu masuk, *display windows*, luas ruangan dan sebagainya. *General Interior* meliputi pewarnaan, pencahayaan, suara tekstur tembok, fasilitas ruang ganti, barang, kebersihan, tempat pembayaran, transportasi. *Store layout* mengacu pada penempatan barang dan kasir, pengelompokan barang, luasnya penempatan barang. *Interior (point of purchase) display* berkaitan dengan penempatan rak, elektronik dan sebagainya (Berman dan Evans, 2004:604)

3. Harga (*price*)

Definisi strategi harga menurut Berman dan Evans (2004:415) *a pricing strategy must be consist with the retailers overall image (positioning), sales, profil, anti return on investment.* Definisi ini menitikberatkan bahwa harga barang

ditetapkan oleh pedagang yang mengacu pada keuntungan penjualan, posisi dan kemampuan keuangan pedagang tersebut.

4. Promosi (*promotion*)

Penjual eceran dalam mempromosikan usahanya perlu menggunakan kiat-kiat yang mendukung dan memperkuat posisi, cara penjual eceran, dan melaksanakan promosi yang menarik seperti iklan di radio, tv dan surat kabar atau menggunakan wiraniaga. Dunne (2000:366) mengemukakan bahwa promosi merupakan aktivitas yang dibutuhkan penjual eceran untuk menarik dan membujuk konsumen untuk membeli produk. Ada 4 komponen dalam promosi yaitu: *advertising*/periklanan, *sales promote*/promosi penjualan, *publicity*/publisitas, dan *pesoiud selling*/wiraniaga. Kotler dan Keller (2006:537) mengatakan selain keempat cara promosi diatas juga dapat dilakukan dengan pemasaran langsung dengan menggunakan *direct wail* dan *catalog marketing* termasuk di dalamnya adalah telemarketing, television direct respon marketing (*hume shopping*).

2.3 Pendapatan

2.3.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang masih bingung dalam penggunaan istilah pendapatan. Hal ini disebabkan pendapatan dapat diartikan sebagai revenue dan dapat juga diartikan sebagai *income*.

Menurut Standar Akuntansi Keuangan, kata “*income*” diartikan sebagai penghasilan dan kata *revenue* sebagai pendapatan, penghasilan (*income*) meliputi baik pendapatan (*revenue*) maupun keuntungan.

Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa (*fees*), bunga, *dividen*, *royalty* dan sewa. Definisi tersebut memberikan pengertian yang berbeda dimana *income* memberikan pengertian pendapatan yang lebih luas, *income* meliputi pendapatan yang berasal dari kegiatan operasi normal perusahaan maupun yang berasal dari luar operasi normalnya. Sedangkan *revenue* merupakan penghasilan dari penjualan produk, barang dagangan, jasa dan perolehan dari setiap transaksi yang terjadi.

Pengertian pendapatan dikemukakan oleh Dyckman (2002:234) bahwa pendapatan adalah “arus masuk atau peningkatan lainnya atas aktiva sebuah entitas atau penyelesaian kewajiban (kombinasi keduanya) selama satu periode dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain merupakan operasi utama atau sentral entitas yang sedang berlangsung”.

Pengertian pendapatan didefinisikan oleh Sofyan Syafri (2002:58) sebagai “kenaikan gross didalam aset dan penurunan gross dalam kewajibanyang dinilai berdasarkan prinsip akuntansi yang berasal dari kegiatan mencari laba”.

Adanya penafsiran yang berlainan terhadap pengertian pendapatan bagi pihak yang berkompeten disebabkan karena latar belakang disiplin yang berbeda dengan penyusunan konsep pendapatan bagi pihak tertentu. Konsep pendapatan belum dapat dijelaskan secara universal oleh pemakai akuntansi, karena pemakai

informasi laporan keuangan khususnya laporan laba rugi yang memuat tentang pendapatan berguna untuk masing-masing pemakai laporan yang berbeda-beda tergantung dari sudut mana ia memandang.

Secara sederhana pendapatan pedagang eceran dirumuskan:

$$TR = P \times Q$$

TR : Total revenue (pendapatan total)

P : Price (harga pokok)

Q : Quantitas (jumlah produk yang dihasilkan/dijual)

Secara garis besar konsep pendapatan dapat ditinjau dari dua sisi yaitu: konsep pendapatan menurut ilmu ekonomi dan konsep pendapatan menurut ilmu akuntansi.

1) Konsep pendapatan menurut Ilmu Ekonomi

Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seorang dalam seminggu dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.

Pengertian tersebut menitikberatkan pada pola kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama periode. Secara garis besar, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang di konsumsi.

Definisi pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup kemungkinan perubahan lebih dari total harta kekayaan, badan usaha awal periode dan menekankan pada jumlah nilai yang statis pada akhir periode.

Konsep pendapatan menurut ilmu ekonomi dikemukakan oleh Wild (2003:311). “*economic income is typically measured as cash flow plus the change in the fair value of net assets. Under this definition, income includes both realized (cash flow) and unrealized (holding gain or loss) components*”. Menurut Wild, pendapatan secara khusus diukur sebagai aliran kas ditambah perubahan dalam nilai bersih aktiva. Wild memasukkan pendapatan yang dapat direalisasi sebagai komponen pendapatan.

Dari definisi yang dikemukakan diatas, pendapatan menurut ekonomi mengindikasikan adanya suatu aliran dana (kas) yang terjadi dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pendapatan bagi masyarakat (upah, bunga, sewa, dan laba) muncul sebagai akibat jasa produktif (*productive service*) yang diberikan kepada pihak business.

Pendapatan bagi pihak business diperoleh dari pembelian yang dilakukan oleh masyarakat untuk memperoleh barang dan jasa yang dihasilkan atau diproduksi oleh pihak business, maka konsep pendapatan (*income*) menurut ekonomi pada dasarnya sangat berbeda dengan konsep pendapatan (*revenue*) menurut akuntansi.

2) Konsep pendapatan menurut Ilmu Akuntansi

Definisi pendapatan antara para akuntan dengan para ahli ekonomi sangat jauh berbeda, demikian juga sesama para akuntan, yang mendefinisikan pendapatan berbeda satu sama lainnya.

Akan tetapi pada umumnya definisi ini menekankan kepada masalah yang berkenaan dengan pendapatan yang dinyatakan dalam satuan uang.

Pandangan akuntansi memiliki keanekaragaman dalam memberikan definisi pendapatan. Ilmu akuntansi melihat pendapatan sebagai sesuatu yang spesifik dalam pengertian yang lebih mendalam dan lebih terarah. Konsep ini sebagian besar mengikuti prinsip-prinsip pendapatan, prinsip biaya, prinsip penandingan dan pernyataan periode akuntansi.

Pada dasarnya konsep pendapatan menurut ilmu akuntansi dapat ditelusuri dari dua sudut pandang, yaitu :

- a) Pandangan yang menekankan pada pertumbuhan atau peningkatan jumlah aktiva yang timbul sebagai hasil dari kegiatan operasional perusahaan pendekatan yang memusatkan perhatian kepada arus masuk atau inflow. Menurut SFAC (Statement of Financial Accounting Concepts) No. 6 dalam Kieso (2002:3) *“Revenue are inflows or other enhancements of assets of an entity or settlements of its liabilities (a combination of both) from delivering of producing goods, rendering services, or carrying out other activities that constitute the entity’s on going major on central operations”*.
- b) Pandangan yang menekankan kepada penciptaan barang dan jasa oleh perusahaan serta penyerahan barang dan jasa atau outflow. Dalam PSAK nomor 23 paragraf 06 Ikatan Akuntan Indonesia (2004, 23.2) menyatakan bahwa *“Pendapatan adalah arus kas masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama satu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.”*

2.3.2 Jenis-jenis Pendapatan

Jenis-jenis pendapatan menurut Kusnadi dalam buku “Akuntansi Keuangan Menengah (Prinsip, Prosedur, dan Metode)” adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan Operasi, dapat diperoleh dari dua sumber yaitu:
 - a. Penjualan kotor, adalah penjualan sebagaimana tercantum dalam faktur atau jumlah awal pembebanan sebelum dikurangi penjualan *return* dan potongan penjualan.
 - b. Penjualan bersih, adalah penjualan yang diperoleh dari penjualan kotor dikurangi *return* penjualan ditambah dengan potongan penjualan lain-lain.
2. Pendapatan Non Operasi, dapat diperoleh dari dua sumber yaitu:
 - a. Pendapatan bunga, adalah pendapatan yang diterima perusahaan karena telah meminjamkan uangnya kepada pihak lain.
 - b. Pendapatan sewa, adalah pendapatan yang diterima perusahaan karena telah menyewakan aktiva untuk perusahaan lain.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat, oleh karenanya setiap orang yang bergelut dalam jenis pekerjaan tertentu termasuk pekerjaan disektor informal atau perdagangan, berupaya untuk selalu meningkatkan pendapatan dari hasil usahanya yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya dan sedapat mungkin pendapatan yang diperoleh dapat meningkatkan taraf hidup keluarganya.

2.3.3 Kriteria Pendapatan

Berdasarkan penggolongannya, Badan Pusat Statistik (BPS, 2014) membedakan pendapatan menjadi 4 golongan adalah:

- 1) Golongan pendapatan sangat tinggi, adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp. 3.500.000,00 per bulan
- 2) Golongan pendapatan tinggi, adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 2.500.000,00 – s/d 3.500.000,00 per bulan
- 3) Golongan pendapatan sedang, adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 1.500.000,00 – s/d 2.500.000,00 per bulan
- 4) Golongan pendapatan rendah, adalah jika pendapatan rata-rata Rp. 1.500.000,00 per bulan

2.3.4 Unsur-unsur Pendapatan

- a) Pendapatan hasil produksi barang dan jasa
- b) Imbalan yang diterima atas penggunaan aktiva sumber-sumber ekonomis perusahaan oleh pihak lain
- c) Penjualan aktiva diluar barang dagangan merupakan unsur-unsur pendapatan lain-lain perusahaan

2.3.5 Sumber Pendapatan

Pendapatan masyarakat dapat berasal dari bermacam-macam sumbernya, yaitu:

1. Pendapatan sektor formal, yaitu pendapatan yang bersumber dari upah atau gaji yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan.
2. Pendapatan sektor informal, yaitu pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan.
3. Pendapatan *sub intern*, yaitu pendapatan yang bersumber dari usaha sendiri seperti hasil dari bercocok tanam, berternak, hasil dari kebun dan sebagainya

2.3.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Pada usaha perdagangan ada beberapa faktor yang mempengaruhi peningkatan produksi yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat pendapatan yang akan diterima oleh pedagang. Adapun variabel-variabel yang mempengaruhi tingkat pendapatan adalah: modal usaha, lama usaha, dan jam kerja pedagang.

1. Modal

Menurut (Kasmir, 2014), modal kerja adalah modal yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasi perusahaan. Karena modal sangat menunjang sekali dalam kelancaran kegiatan perusahaan, sebagai contoh bagian produksi membutuhkan bahan baku, maka mereka harus membeli dulu bahan tersebut atau bagian pemasaran akan melakukan kegiatan promosi guna mengenalkan barang atau jasa yang mereka tawarkan pada konsumen atau bagian personalia membutuhkan pegawai baru, untuk itu dilakukan kegiatan perekrutan karyawan baru. Sedangkan (Bambang, 2011), mengemukakan modal adalah barang konkrit yang ada dalam rumah tangga perusahaan yang terdapat di neraca debet maupun

daya beli atau nilai tukar yang terdapat diselah kredit. Menurut (Sutrisno, 2007) menyatakan bahwa modal kerja adalah dana yang diperlukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan sehari-hari, seperti pembelian bahan baku, pembayaran upah buruh, membayar hutang dan pembayaran lainnya.

2. Lama Usaha

Didalam menjalankan suatu usaha, lama usaha memegang peranan penting dalam proses melakukan usaha perdagangan. Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan suatu pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Asmie, 2008). Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produksi lebih kecil daripada penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkatkan pengetahuan tentang selera dan perilaku konsumen serta semakin banyak relasi bisnis dan pelanggan.

3. Jam Kerja Pedagang

Analisis jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya didapatkan. Kesediaan tenaga kerja untuk bekerja dengan jam kerja panjang atau pendek adalah merupakan keputusan individu. Keputusan untuk bekerja merupakan suatu keputusan puncak mengenai bagaimana seharusnya memanfaatkan waktunya adalah dengan cara bekerja. Oleh

karena itu dapat digolongkan pekerjaan itu menjadi pekerjaan yang tidak mendapatkan nafkah dengan pekerjaan mendapatkan nafkah (gaji). Jam kerja pedagang mempengaruhi jumlah tamu yang terlayani karena pembeli tidak pasti jam kedatangannya.

2.4 Biaya

2.4.1 Pengertian Biaya

Secara luas biaya didefinisikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan moneter untuk tujuan tertentu yang tidak dapat lagi dihindari, baik yang telah terjadi maupun yang akan terjadi. Kholmi dan Yuningsih (2004:11) mengutip pengertian biaya menurut AICPA yaitu biaya adalah pengangguran pada aktiva netto sebagai akibat digunakannya jasa-jasa ekonomi untuk menciptakan penghasilan. Biaya adalah pengorbanan sumber daya atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan member manfaat saat sekarang atau dimasa yang akan datang.

Menurut Carter dan Usry (2002:29), “Biaya didefinisikan sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat. Dalam akuntansi keuangan, pengeluaran atau pengorbanan pada saat akuisisi diwakili oleh penyusutan saat ini atau dimasa yang akan datang dalam bentuk kas atau aktiva lain”

Dari pendapat-pendapat di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa biaya dalam pengorbanan ekonomis atau pengeluaran-pengeluaran dari sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang, untuk mencapai tujuan tertentu.

Secara sederhana biaya dapat dirumuskan :

$$\text{Biaya Total} = \text{biaya tetap} + \text{biaya variabel}$$

2.4.2 Klasifikasi Biaya

Menurut Mulyadi (2005:14), biaya dapat digolongkan menurut berikut :

1) Penggolongan Biaya Menurut Obyek Pengeluaran

Dalam cara ini, nama obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya, nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar.

2) Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok Dalam Perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

- a) Biaya Produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut obyek pengeluarannya, biaya produksi dapat dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.
- b) Biaya Pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk

c) Biaya Administrasi dan Umum merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengkoordinasi kegiatan

3) Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai

Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

a) Biaya Langsung (*Direct Cost*), yaitu biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai.

b) Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*), yaitu biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik.

4) Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya Dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan Menurut cara penggolongan ini, biaya dapat digolongkan menjadi empat, diantaranya:

a) Biaya variabel, adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

b) Biaya semi variabel, adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Dalam biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.

c) Biaya semifixed, adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

- d) Biaya tetap, adalah biaya yang tetap jumlah totalnya dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contohnya: biaya gaji direktur produksi
- 5) Penggolongan Biaya Menurut Jangka Waktu Manfaatnya
- Menurut jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua, yaitu:
- Pengeluaran modal (*capital expenditure*), adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Contohnya: pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva, biaya depresiasi, biaya amortisasi.
 - Pengeluaran pendapatan, adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contohnya: biaya iklan, biaya tenaga kerja.

2.5 Laba

2.5.1 Pengertian Laba

Dalam pengertian secara umum, laba dapat diartikan sebagai selisih antara pendapatan dengan biaya. Apabila pendapat lebih besar dari biaya maka selisihnya merupakan laba, dan sebaliknya apabila pendapatan lebih kecil dari biaya maka selisihnya merupakan kerugian.

Menurut PSAK (2007:1 paragraf 105) “Laba merupakan jumlah residual yang tertinggal setelah semua beban (termasuk penyesuaian pemeliharaan modal, kalau ada) dikurangkan pada penghasilan”

Menurut Stice, et.al (2004:226) “Laba adalah hasil dari investasi. Definisi lebih luas adalah jumlah yang dapat diberikan kepada investor (sebagai

hasil investasi) dan kondisi perusahaan diakhiri periode masih sama baiknya atau kayanya dengan diawal periode”

Secara umum laba dapat dirumuskan :

$$\text{Laba Bersih} = \text{laba kotor} - \text{beban usaha}$$

2.5.2 Jenis Laba

Laba terdiri dari empat jenis diantaranya :

a. Laba kotor

Menurut Wild, et.al (2005:120) “Laba kotor merupakan pendapatan dikurangi harga pokok penjualan”. Apabila hasil penjualan barang dan jasa tidak dapat menutupi beban yang langsung terkait dengan barang dan jasa tersebut atau harga pokok penjualan, maka akan sulit bagi perusahaan tersebut untuk bertahan.

b. Laba operasi

Menurut Stice, et.al (2004:243) “Laba operasi mengukur kinerja operasi bisnis fundamental yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan didapat dari laba kotor dikurangi beban operasi”. Laba operasi menunjukkan seberapa efisien dan efektif perusahaan melakukan aktivitas operasinya.

c. Laba sebelum pajak

Menurut Wild, et.al (2005:25), “Laba dari operasi berjalan sebelum cadangan untuk pajak penghasilan”.

d. Laba bersih

Menurut Stice, et.al (2004:258) “Laba bersih adalah laba atau rugi operasi berkelanjutan dikombinasikan dengan hasil operasi yang dihentikan, pos luar biasa, dan pengaruh kumulatif dari perubahan prinsip akuntansi, member pemakai laporan ikhtisar pengukur kinerja perusahaan untuk periode berjalan”.

2.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba

Laba yang diperoleh perusahaan tidaklah selalu sama dari periode ke periode lainnya. Laba cenderung berubah-ubah. Perbedaan ini disebabkan oleh beberapa faktor. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya laba kotor, yaitu:

- 1) Faktor penjualan, yang terdiri atas harga jual satuan dan kuantitas atau volume penjualan. Kenaikan atau penurunan harga jual berpengaruh terhadap laba kotor. Penyimpangan laba kotor dapat disebabkan perusahaan menjual produk dengan harga jual lebih besar atau jauh lebih kecil daripada harga jual yang direncanakan. Namun, jika harga jual ditentukan pemerintah, umumnya tidak akan timbul selisih harga jual.
- 2) Faktor harga pokok penjualan. Harga pokok penjualan terdiri banyak unsur, tergantung pada jenis perusahaannya. Pada perusahaan dagang harga pokok penjualan terdiri dari unsur : persediaan barang dagang pada awal periode, pembelian barang dagang, potongan pembelian, retur pembelian dan ongkos angkut pembelian (freight in). pada perusahaan manufaktur, harga pokok penjualan terdiri dari unsur : biaya produksi, persediaan barang dalam proses dan persediaan barang jadi. Perubahan

pada unsur-unsur harga pokok penjualan baik pada kenaikan maupun penurunan berpengaruh terhadap laba kotor.

2.5.4 Unsur-unsur yang Membentuk Laba

Menurut Stice, et.al (2004:240) unsur-unsur yang membentuk laba terdiri dari:

1) Pendapatan (*revenue*)

Pendapatan menunjukkan nilai penjualan total kepada pelanggan dalam suatu periode dikurangi return dan potongan penjualan atau diskon penjualan. Return dan potongan penjualan serta diskon penjualan harus dikurangkan dari penjualan bruto untuk mendapatkan nilai penjualan bersih.

2) Harga Pokok Penjualan (*cost of goods sold*)

Pada perusahaan dagang dan manufaktur, harga pokok barang yang tersedia untuk dijual harus dihitung terlebih dahulu. Nilai ini merupakan penjumlahan persediaan awal, pembelian bersih dan semua pembelian, beban angkut, dan penyimpanan barang terkait dengan pembelian barang.

3) Beban Operasi (*operating income*)

Beban operasi dapat dilaporkan dalam dua bagian yaitu beban penjualan dan beban administrasi dan umum. Untuk perusahaan manufaktur, beban yang terkait dengan produksi dan fungsi administrasi harus dialokasikan secara merata antara beban overhead dan beban operasi.

4) Pendapatan dan Keuntungan Lain-lain (*other revenues and gains*)

Bagian ini biasanya mencakup unsur yang berkaitan dengan aktivitas sampingan perusahaan. Misalnya, sewa, bunga, dividen, keuntungan dari penjualan aktiva.

5) Beban dan Kerugian Lain-lain (*other expenses and losses*)

Bagian ini mencakup unsur yang berkaitan dengan aktivitas sampingan perusahaan, akan tetapi merupakan akibat dari penurunan bukan peningkatan laba. Misalnya, beban dan kerugian dari penjualan aktiva.

6) Pajak Penghasilan Atas Laba Operasi Berkelanjutan (*income taxes on continuing operations*)

Beban pajak penghasilan atas laba adalah jumlah dari semua pajak atas laba dari seluruh transaksi yang dilakukan oleh perusahaan selama satu tahun.

2.6 Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang dikeluarkan pelanggan yang mengambil manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Umar, 2000).

Dalam menetapkan harga, faktor-faktor yang berpengaruh dalam penetapan harga tersebut antara lain sebagai berikut :

- a) Biaya menjadi batas bawah
- b) Harga pesaing dan harga barang pengganti menjadi titik orientasi yang perlu dipertimbangan perusahaan

- c) Penilaian pelanggan terhadap tampilan produk yang unik dari penawaran perusahaan menjadi batas atas harga.

Setelah mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, maka perusahaan baru akan memecahkan masalah penetapan harga ini dengan menggunakan metode penetapan bunga. Kotler (2001) menyatakan macam-macam penetapan harga adalah sebagai berikut:

Dengan mengadopsi strategi bisnis berorientasi pada pelayanan, maka akan meningkatkan biaya perusahaan dalam bentuk personel, pelatihan, desain, pelayanan, pengawasan kualitas pelayanan dan lainnya. Biasanya untuk menutup biaya ini, perusahaan akan meningkatkan biaya kepada pelanggan menjadi lebih tinggi atau mahal. Menurut hukum Weber-Fechner pembeli cenderung untuk selalu mengevaluasi terhadap perbedaan harga antara harga yang ditawarkan terhadap harga dasar yang diketahui. Sehingga ketika sebagian besar pelanggan perusahaan merasa harga yang diberlakukan oleh manajemen lebih mahal dan mereka lebih menyukai harga yang rendah, maka perusahaan akan memilih mengadopsi orientasi strategi harga yang rendah. Dengan kata lain perusahaan akan harus menemukan cara untuk meminimalkan biaya, salah satu cara untuk meminimalkan harga adalah dengan meminimalkan tingkat orientasi layanan pada strategi bisnisnya.

Dalam *literature* ilmu ekonomi, secara jelas menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang penting yang harus mempertimbangkan dalam mengembangkan strategi. Dalam banyak kasus, harga merupakan variabel keputusan yang paling penting yang diambil oleh pelanggan karena berbagai

alasan. Harga merupakan sejumlah uang atau barang atau jasa yang ditukar pembeli untuk beraneka produk atau jasa yang disediakan penjual. Sedangkan Steven dan Wiesberg (2007) menyatakan harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga adalah suatu faktor penting bagi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang telah ditentukan perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain diadakan perusahaan untuk memuaskan keinginan pelanggan serta merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian.

2.7 Lokasi Usaha

Teori lokasi adalah suatu teori yang dikembangkan untuk melihat dan memperhitungkan pada lokasional kegiatan ekonomi termasuk industri dengan cara yang konsisten dan logis, dan untuk melihat dan memperhitungkan bagaimana daerah-daerah kegiatan ekonomi itu saling berhubungan.

Teori lokasi biaya rendah yang dikembangkan oleh Veber berasumsikan bahwa permintaan adalah konstan dan tidak dipengaruhi oleh perusahaan yang berdekatan. Dengan demikian, secara implisit teori ini juga mengasumsikan persaingan bebas tanpa ada kemungkinan timbulnya kekuatan monopoli yang ditawarkan oleh lokasi perusahaan lain. Namun demikian lokasi biaya minimum peril menjamin keuntungan maksimum. Keuntungan dapat saja meningkat bila lokasi perusahaan yang bersangkutan pindah ke daerah konsentrasi permintaan

sekalipun biaya bertambah. Gejala ini disebabkan oleh penjualan yang meningkat persatuan produk lebih rendah.

Beberapa unsur ketergantungan lokasi telah dikemukakan dalam teori Palander dan Hoover. Teori ketergantungan lokasi berpangkal tolak dan kesamaan biaya bagi semua perusahaan dan menjual produknya dipasar yang tersebar. Pemilihan lokasi pada dasarnya menentukan suatu tempat atau lokasi yang tepat untuk suatu toko, toko dengan tujuan tertentu yang memperhitungkan kelebihan dan kekurangan lokasi tersebut. lokasi toko adalah suatu tempat dimana toko melakukan aktivitasnya. Hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah pertimbangan sebagai berikut:

- a) Jenis usaha yang dijalankan
- b) Dekat dengan keramaian
- c) Dekat tenaga kerja
- d) Tersedia sarana dan prasarana
- e) Dekat pemerintahan
- f) Dikawasan perkotaan
- g) Kemudahan untuk ekspansi
- h) Adat istiadat/budaya sikap masyarakat, (Kasmir, 2010:148)

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2

Penelitian Terdahulu

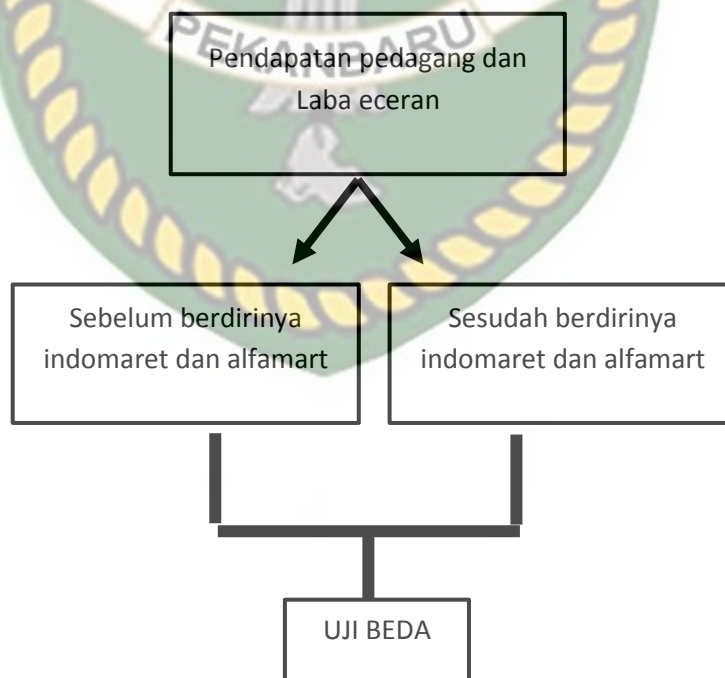
No	Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Trisdiana M. Nur (2015)	Analisis perubahan pendapatan usaha pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya indomaret dan alfamart di kecamatan tamoan pekanbary	Pedapatan pedagang sebelum adanya indomaret dan alfamart Pendapatan pedagang sesudah berdirinya indomaret dan alfamart	Dapat diartikan bahwa terdapat perbedaan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah adanya indomaret dan alfamart.
2.	Much. Nasarudin (2012)	Dampak keberadaan indomaret terhadap pendapatan pedagang kelontong di pasar cuplik kecamatan sukoharjo	Pendapatan pedagang	Keberadaan indomaret dan alfamart di pasar cuplik menyebabkan dampak menurunnya pendapatan pedagang kelontong pasar cuplik.
3	Mega Kusyuniarti	Dampak pendirian minimarket terhadap perubahan omzet pedagang eceran tradisional dan	Perubahan Omzet Penjualan	Rata-rata penurunan omzet pedagang adalah sebesar 30,57 persen/bulan omzet pedagang eceran tradisional

No	Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		tingkat pengeluaran masyarakat (kasus : Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor)		antara sebelum pendirian minimarket berbeda nyata.

2.9 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menganalisis pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah adanya Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Bagan Sinembah, maka dapat dibuat kerangka pemikirannya sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



2.10 Hipotesis

Adapun hipotesis yang diambil berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, dan penelitian terdahulu adalah Terdapat perubahan pendapatan dan laba pedagang eceran dengan berdirinya Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.



BAB III METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan distribusi frekuensi yaitu membandingkan antara kenyataan yang sebenarnya dengan teori-teori yang ada hubungannya dengan segala permasalahan. Kuantitatif juga digunakan untuk mendukung hasil penelitian dalam melihat perubahan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Indomaret dan Alfamart.

3.1 Lokasi/Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Rokan Hilir Kecamatan Bagansinembah tepatnya pada pedagang eceran tempatan atau pedagang eceran yang ada di Kecamatan Bagansinembah, dilakukan di daerah ini karena berdasarkan data yang di dapat Kecamatan Bagansinembah merupakan kecamatan yang banyak berdirinya usaha Indomaret dan Alfamart.

3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Pendapatan	Pendapatan adalah imbalan dari penyerahan barang atau jasa yang dihasilkan oleh pedagang dimana besar kecilnya tidak sama, tergantung dari hasil penjualan atau pendapatan.	Total pendapatan	Rasio

variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Laba	Laba adalah selisih antara pendapatan dengan biaya. Apabila pendapatan lebih besar dari biaya maka selisihnya merupakan laba, sebaliknya apabila pendapatan lebih kecil daripada biaya maka selisihnya merupakan kerugian.	Laba bersih	Rasio

3.3 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2011:76), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pedagang eceran yang terdapat di Kecamatan Bagansinembah yaitu 150 unit.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:77). Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah pedagang eceran yang setelah disurvei keberadaannya sangat dekat dengan indomaret dan alfamart yang terdapat di Kecamatan BaganSinembah yaitu berjumlah 44 responden yang kemudian akan disebarakan kuesionernya dan akan didata lebih lanjut.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis data primer yaitu data yang penulis kumpulkan secara langsung dari hasil wawancara mendalam dengan

pemilik warung atau interview dengan responden yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini data yang diperlukan yaitu data perbedaan harga produk sejenis yang dijual oleh pedagang eceran dengan produk yang dijual di Indomaret dan Alfamart, serta data pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Indomaret dan Alfamart. Data sekunder, sumber data sekunder adalah sumber yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok yang dibuat oleh suatu instansi terkait. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Rokan Hilir serta Badan Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal (BPTPM) Kota Pekanbaru.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mencapai tujuan penelitian ini maka penulis melakukan pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini dengan melakukan sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat dan mengamati secara langsung peristiwa atau kejadian melalui cara yang sistematis. Teknik ini akan membawa peneliti untuk dapat menangkap arti fenomena dari segi pengertian subjek penelitian, dan dapat merasakan apa yang dirasakan serta dihayati oleh subjek penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan

terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu yang diberikan terhadap pedagang eceran di Kecamatan Bagansinembah.

3. Kuesioner

Yaitu suatu alat pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini guna untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Dengan cara membuat daftar pertanyaan berupa angket yang diajukan kepada pedagang tempatan untuk nantinya dapat diisi oleh responden tersebut.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pencatatan atau pendokumentasian yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, teknik ini digunakan untuk mendapatkan tentang keadaan lokasi penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini pengolahan data untuk membandingkan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Indomaret dan Alfamart menggunakan teknik statistik yang berupa uji beda dua rata-rata (independent sample t-test).

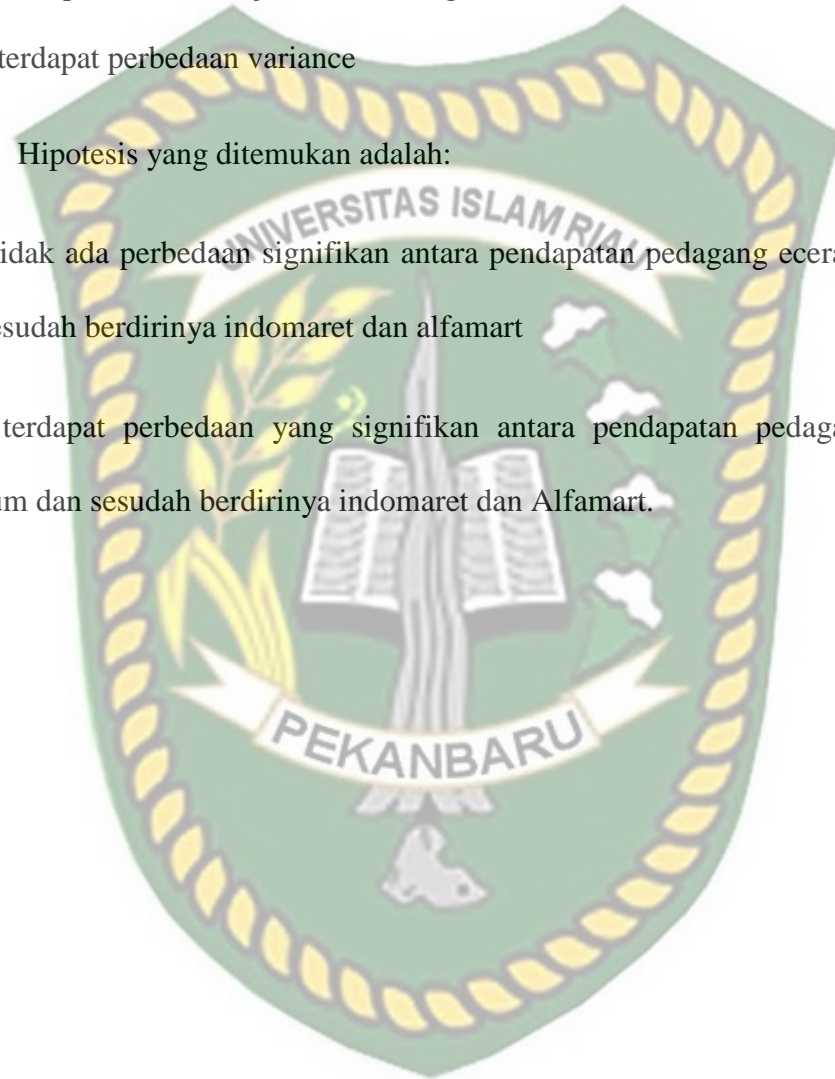
Langkah-langkah dalam melakukan analisis uji beda independent sample t-test dengan menggunakan hasil output apss, langkah pertama yang harus dilakukan adalah menafsirkan uji levene's test (uji f), yakni untuk mengetahui apakah datanya mempunyai variance yang sama atau tidak. Sugiyono (2011:101). Syarat pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika probabilitas (uji f) \geq tarif signifikan 5% atau 0,05; maka termasuk terdapat kesamaan variance
2. Jika probabilitas (uji f) $<$ tarif signifikan 5% atau 0,05; maka termasuk terdapat perbedaan variance

Hipotesis yang ditemukan adalah:

Ho : tidak ada perbedaan signifikan antara pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya indomaret dan alfamart

Ha : terdapat perbedaan yang signifikan antara pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya indomaret dan Alfamart.



BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Geografis

Kecamatan Bagan Sinembah merupakan salah satu kecamatan yang termasuk dalam wilayah administrasi Kabupaten Rokan Hilir. Secara geografis, adapun batasan-batasan wilayahnya adalah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Simpang Kanan
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Pujud
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Provinsi Sumatera Utara
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Bangko Pusako

Tabel 4.1

Luas Wilayah Menurut kepenghuluan/Kelurahan di Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2019

No	kepenghuluan/Kelurahan	Luas wilayah (ha)
1	Kel. Bagan Batu Kota	1360
2	Kel. Bahtera Makmur Kota	1179
3	Kep. Bagan Batu	1600
4	Kep. Bahtera Makmur	2100
5	Kep. Pelita	930
6	Kep. Suka Maju	611
7	Kep. Gelora	921
8	Kep. Bagan Manunggal	1566
9	Kep. Bagan Sapta Permai	882
10	Kep. Bakti Makmur	4549
11	Kep. Jaya Agung	1600
12	Kep. Bhayangkara Jaya	640
13	Kep. Meranti Makmur	1846
14	Kep. Bagan Batu Barat	1400
15	Kep. Jadi Makmur	2039
16	Kep. Murini Makmur	1200

No	kepenghuluan/Kelurahan	Luas wilayah (ha)
17	Kep. Bakti Jaya	970
Jumlah		25393

Sumber: Kantor Camat Bagan Sinembah, 2019

Berdasarkan pada Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa luas wilayah Kecamatan Bagan Sinembah adalah 25.393 ha. Dengan kepenghuluan terluas yaitu Bakti Makmur seluas 4549 ha.

4.2 Pemerintahan

Kecamatan Bagan Sinembah mempunyai 17 Kepenghuluan/Kelurahan yang sudah definitif dari status hukumnya. Dimana Bagan Batu Kota dan Bahtera Makmur Kota merupakan Kelurahan di Kecamatan Bagan Sinembah dan yang lainnya merupakan Kepenghuluan.

Tabel 4.2
Jumlah Dusun, RW, dan RT Menurut Kepenghuluan/Kelurahan di Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2019

No	kepenghuluan/Kelurahan	Dusun	RW	RT
1	Kel. Bagan Batu Kota	-	10	44
2	Kel. Bahtera Makmur Kota	-	4	20
3	Kep. Bagan Batu	4	11	42
4	Kep. Bahtera Makmur	2	7	21
5	Kep. Pelita	2	4	12
6	Kep. Suka Maju	2	4	8
7	Kep. Gelora	2	4	16
8	Kep. Bagan Manunggal	2	5	17
9	Kep. Bagan Sapta Permai	2	4	16
10	Kep. Bakti Makmur	5	10	16
11	Kep. Jaya Agung	3	6	12
12	Kep. Bhayangkara Jaya	2	4	10
13	Kep. Meranti Makmur	3	4	11
14	Kep. Bagan Batu Barat	3	9	31
15	Kep. Jadi Makmur	3	6	13
16	Kep. Murini Makmur	4	8	19
17	Kep. Bakti Jaya	2	5	15

No	kepenghuluan/Kelurahan	Dusun	RW	RT
	Jumlah	41	105	323

Sumber: Kantor Camat Bagan Sinembah,2019

Berdasarkan tabel di atas Kecamatan Bagan Sinembah mmiliki 105 RW dan 323 RT yang tersebar dimasing-masing Kepenghuluan/Kelurahan.

4.3 Kependudukan

Jumlah warga di Kecamatan Bagan Sinembah dari tahun ke tahun terus meningkat. Sampai tahun 2019 tercatat penduduk di Kecamatan Bagan Sinembah berjumlah 61.984 jiwa, yang terdiri dari 31.006 jiwa adalah laki-laki dan 30.978 jiwa adalah perempuan.

Tabel 4.3
Jumlah Warga Menurut Kepenghuluan/Kelurahan di Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2019

No	kepenghuluan/Kelurahan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Kel. Bagan Batu Kota	6529	6850	13379
2	Kel. Bahtera Makmur Kota	2071	2126	4197
3	Kep. Bagan Batu	5198	4795	9993
4	Kep. Bahtera Makmur	2282	2180	4462
5	Kep. Pelita	929	892	1821
6	Kep. Suka Maju	517	542	1059
7	Kep. Gelora	1097	996	2093
8	Kep. Bagan Manunggal	1239	1233	2472
9	Kep. Bagan Sapta Permai	862	839	1701
10	Kep. Bakti Makmur	2466	2463	4929
11	Kep. Jaya Agung	879	943	1822
12	Kep. Bhayangkara Jaya	478	431	909
13	Kep. Meranti Makmur	732	707	1439
14	Kep. Bagan Batu Barat	2951	2918	5869
15	Kep. Jadi Makmur	1027	996	2023
16	Kep. Murini Makmur	1007	1347	2354
17	Kep. Bakti Jaya	742	720	1462
	Jumlah	31006	30978	61984

Sumber: Kantor Camat Bagan Sinembah,2019

Berdasarkan tabel diatas, dengan luas wilayah Kecamatan Bagan Sinembah 25.393 ha dan jumlah penduduk sebanyak 61.984 jiwa.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

5.1 Identitas Responden

Dalam pelaksanaan penelitian ini ditetapkan sebanyak 43 responden pelaku usaha Eceran di Kecamatan Bagan Sinembah. Yang mana, dari 43 responden yang telah di bagikan, telah diisi dan dikembalikan sehingga data dapat di olah lebih lanjut.

Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perubahan pendapatan usaha dan laba pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya indomaret dan alfamart di kecamatan bagan sinembah. Oleh karena itu, berdasarkan kuesioner yang telah diisi sebanyak 43 responden pelaku usaha diperoleh kondisi responden tentang umur, jenis kelamin, agama, pendidikan terakhir, nama usaha, jumlah karyawan, jumlah tanggungan hidup, lama usaha berjalan, nama mata pencaharian dan pendapatan per-hari yang dapat diuraikan sebagai berikut:

5.1.1 Umur Responden

Umur merupakan hal yang paling utama dalam menilai pendapatan usaha kecil dan menengah, dengan usia yang cukup terbilang produktif maka akan memberikan dampak yang akan mendapatkan keuntungan dan laba dalam suatu usaha. Untuk melihat umur dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.1
Jumlah Pelaku Usaha Menurut Usia di Eceran di Kecamatan Bagan Sinembah 2020

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Pelaku Usaha)	Persentase
1.	21-30	10	23%
2.	31-40	8	19%
3.	41-50	15	35%
4.	>50	10	23%
	Jumlah	43	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan keterangan pada tabel 5.1 di atas dapat diketahui bahwa pelaku usaha menurut kelompok umur di Kecamatan Bagan Sinembah, yang berusia antara 21-30 tahun sebanyak 10 orang atau sebesar 23%, sementara untuk kelompok umur 31-40 tahun sebanyak 8 orang atau sebesar 19%, untuk kelompok umur 41-50 tahun sebanyak 15 orang atau sebesar 35%, dan yang terakhir untuk kelompok umur di atas 50 tahun sebanyak 10 orang atau sebesar 23%. Maka dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha paling banyak ber umur 41-50.

5.1.2 Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin pelaku usaha dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.2
Jumlah Pelaku Usaha Menurut Jenis Kelamin Di Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2020

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Pelaku Usaha)	Persentase
1.	Pria	25	58%
2.	Wanita	18	42%
	Jumlah	43	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan pada tabel 5.2 di atas dapat dilihat bahwa jumlah pedagang Eceran Kecamatan Bagan Sinembah menunjukkan bahwa mayoritas responden

adalah pria yaitu berjumlah 25 orang atau sebesar 58% dan wanita berjumlah 18 orang atau sebesar 42%. Maka dapat disimpulkan pelaku usaha paling banyak menurut jenis kelamin adalah lelaki, karna lelaki memiliki tanggung jawab yang lebih besar dari perempuan dalam mencari nafkah.

5.1.3 Agama Responden

Untuk melihat status agama dari seluruh pelaku usaha dari Eceran di Kecamatan Bagan Sinembah, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.3
Jumlah Pelaku Usaha Menurut Status Agama Berdagang Di Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2020

No.	Agama	Jumlah (Pelaku Usaha)	Persentase
1.	Islam	39	90%
2.	Kristen	2	5%
3.	Katholik	-	0%
4.	Hindu	-	0%
5.	Budha	2	5%
Jumlah		43	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah agama Islam berjumlah sebanyak 39 orang atau sebesar 90%. Merupakan agama mayoritas yang berada di sekitar kecamatan bagan sinembah. Kemudian untuk agama Kristen dan Budha berjumlah sebanyak 2 orang atau sebesar 5%. Selanjutnya agama Katholik dan Hindu tidak ada.

5.1.4 Tingkat Pendidikan Responden

Demikian juga halnya dengan pedagang eceran di sekitar kecamatan bagan sinembah menjadi responden dalam penelitian ini, yang dimana tingkat

pendidikan formal yang mereka tamatkan sangat bervariasi, mulai dari Sekolah Dasar (SD), Sekolah Lanjut Tingkat Pertama (SLTP), Sekolah Menengah Atas (SMA), Perguruan Tinggi (S1), ataupun Lainnya. Tingkat pendidikan menunjukkan pengetahuan dan daya pikir yang dimiliki oleh seorang responden. Melalui kuesioner yang telah disebar menunjukkan bahwa latar belakang tingkat pendidikan pedagang eceran sangat bervariasi. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.4
Jumlah Pelaku Usaha Menurut Tingkat Pendidikan di Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2020

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Pelaku Usaha)	Persentase
1.	SD	-	0%
2.	SLTP	3	7%
3.	SMA	20	46%
4.	Perguruan Tinggi	18	42%
5.	Lainnya	2	5%
	Jumlah	43	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel di atas diketahui dari sebanyak 43 responden yang diambil dalam penelitian ini diperoleh sebanyak memiliki latar belakang tamatan Sekolah Dasar (SD) tidak ada. Sementara itu untuk tingkat pendidikan SLTP berjumlah sebanyak 3 orang atau sebesar 7%. Selanjutnya untuk responden yang berlatar belakang tamatan atau lulusan SMA sebanyak 20 orang atau sebesar 46%. Untuk tamatan Perguruan Tinggi sebanyak 18 orang atau sebesar 42% ini merupakan persentase terbesar untuk kategori tingkat pendidikan. Dan yang terakhir tamatan lainnya yaitu tamatan D3 sebanyak 2 orang atau sebesar 5%.

5.1.5 Jumlah Karyawan Responden

Untuk melihat berapa jumlah karyawan pelaku usaha dari eceran di sekitar kecamatan bagan sinembah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.5
Jumlah Pelaku Usaha Menurut Jumlah Karyawan Di Sekitar Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2020

No.	Tanggunggan (Orang)	Jumlah (Pelaku Usaha)	Persentase
1.	0	15	35%
2.	1-2	20	46%
3.	3-4	8	19%
Jumlah		43	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah yang tidak menggunakan karyawan berjumlah sebanyak 15 orang atau sebesar 35%. Kemudian untuk jumlah tanggungan 1-2 orang berjumlah sebanyak 20 orang atau sebesar 46%. Selanjutnya jumlah tanggungan 3-4 orang berjumlah sebanyak 8 orang dan persentase sebesar 19%. Hal ini membuktikan bahwa, 1-2 oranglah jumlah karyawan yang banyak usaha di sekitar kecamatan bagan sinembah.

5.1.6 Jumlah Tanggungan Responden

Untuk melihat berapa jumlah tanggungan pelaku usaha dari eceran di sekitar kecamatan bagan sinembah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.6
Jumlah Pelaku Usaha Menurut Jumlah Tanggungan Di Sekitar Kecamatan Bagan Sinembah Tahun 2020

No.	Tanggunggan (Orang)	Jumlah (Pelaku Usaha)	Persentase
1.	1-2	30	70%
2.	3-4	10	23%
3.	>5	3	7%
Jumlah		43	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah tanggungan 1-2 orang berjumlah sebanyak 30 orang atau sebesar 70%. Kemudian untuk jumlah tanggungan 3-4 orang berjumlah sebanyak 10 orang atau sebesar 23%. Selanjutnya jumlah tanggungan >5 orang berjumlah sebanyak 3 orang dan persentase sebesar 7%. Hal ini membuktikan bahwa, 1-2 oranglah jumlah tanggungan pelaku yang banyak usaha di sekitar kecamatan bagan sinembah.

5.2 Pelaku Usaha

5.2.1 Status dan Tempat Kepemilikan Usaha

Kepemilikan usaha ialah bentuk yang di perjuangkan pelaku usaha terhadap pendapatannya, dengan adanya status kepemilikan usaha, baik itu perseorangan, maupun peminjaman akan memberikan dampak yang berbeda, seperti hasil yang diberikan, tuntutan yang dilaksanakan.

Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai status dan tempat kepemilikan usaha pada eceran di sekitar kecamatan bagan sinembah dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.7

Status dan Tempat Kepemilikan Usaha

No.	Status dan Tempat Kepemilikan	Jumlah (Pelaku Usaha)	Persentase
1.	Milik sendiri	23	53%
2.	Sewa	20	47%
	Jumlah	43	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 5.7 diatas dapat diketahui mengenai status dan tempat kepemilikan usaha yang berjumlah 43 orang.yang memiliki usaha dengan statu milik sendiri ada 23 orang pelaku usaha dengan persentase 53%. Yang memiliki usaha dengan statu sewa ada 20 orang pelaku usaha dengan persentase 47%. Dengan demikian dapat disimpulkan mayoritas responden yang memiliki status dan tempat ialah mereka milik sendiri dalam melakukan usaha.

5.2.2 Sumber Modal Usaha

Sumber modal merupakan salah satu tujuan yang paling utama dalam menilai pendapatan, apakah pendapatan itu memberikan dampak yang cukup untuk memenuhi kebutuhan penjualan atau dampak yang akan mengurangi sumber pendapatan yang telah ditentukan.

Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai sumber modal usaha pada eceran di sekitar kecamatan bagan sinembah dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.8
Sumber Modal Usaha

No.	Sumber Modal Usaha	Jumlah (Pelaku Usaha)	Persentase
1.	Sendiri	15	35%
2.	Keluarga	9	21%
3.	Bank	12	28%
4	Koperasi	7	16%
	Jumlah	43	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 5.8 diatas dapat diketahui mengenai sumber modal usaha yang berjumlah 43 orang pemilik usaha. Yang memiliki sumber modal usaha dari diri sendiri ada 15 orang dengan persentase 35%. Yang memiliki sumber usaha dari keluarga ada 9 orang dengan persentase 21%. Yang memiliki sumber modal dari bank ada 12 orang dengan persentase 28%. Yang memiliki sumber modal dari koperasi ada 7 orang dengan persentase 16%. Dengan demikian dapat disimpulkan mayoritas responden yang memiliki sumber modal usaha ialah memiliki sumber dari Bank.

5.2.3 Modal Usaha

Modal merupakan salah satu bentuk usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam merancang usaha dan melakukan kegiatan perdagangan dalam bentuk yang semampu mungkin pelaku usaha berikan. Dengan modal tersebutlah pelaku usaha bisa menjualkan barang yang telah dijualnya untuk meningkatkan pendapatan. Untuk melihat modal pertama pada pedagang eceran di sekitar kecamatan bagan sinembah dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.9
Modal Usaha

No.	Modal Usaha	Jumlah	Persentase
1.	0- 10.000.0000	18	42%
2.	Rp.10.000.000- 50.000.000	11	26%
3.	Rp. 50.000.000- 100.000.000	8	19%
4	Rp. 100.000.000- 150.000.000	4	9%
5	>Rp. 150.000.000	2	5%
	Jumlah	43	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 5.9 diatas dapat diketahui mengenai modal usaha yang berjumlah 43 orang responden, yang memiliki modal usaha dari 0- 10.000.000 ada 18 orang dengan persentase 42%. Yang memiliki modal usaha Rp. 10.000.000-50.000.000 ada 11 orang dengan persentase 26%.Yang memiliki modal usaha Rp. 50.000.000-100.000.000 ada 8 orang dengan persentase 19%.Yang memiliki modal usaha Rp. 100.000.000- 150.000.000 ada 4 orang dengan persentase 9%.Dan yang memiliki modal usaha lebih dari Rp. 150.000.000 ada 2 orang dengan persentase 5%.Dengan demikian dapat disimpulkan mayoritas responden memiliki modal usaha dari Rp. 0- 10.000.000 dengan persentase 42%.

5.2.4 Lama Usaha Yang Berjalan

Usaha yang sangat lama akan memberikan dampak positif dan memberikan rentang waktu yang membuat pelaku usaha nyaman dalam membuka usaha. Sehingga usaha yang dilakukan untuk melaksanakan dalam waktu yang lama akan menambah pola usaha yang jelas. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai lama usaha berjalan pada pedagang eceran di sekitar kecamatan bagan sinembah dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.10

Lama Usaha Yang Berjalan

No.	Lama Usaha	Jumlah	Persentase
1.	< 2 Tahun	8	19%
2.	5-10 Tahun	19	44%

No.	Lama Usaha	Jumlah	Persentase
3.	11-20	16	37%
	Jumlah	43	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 5.10 diatas dapat diketahui mengenai lama usaha yang berjalan yang berjumlah 43 responden. Yang memiliki lama usaha selama kurang dari 2 tahun ialah 8 orang pelaku usaha atau 8 orang dengan persentase 19%. yang memiliki lama usaha 5-10 tahun ialah 19 orang pelaku usaha atau 19 orang dengan persentase 44%. Yang memiliki lama usaha lebih 11-20 ialah 16 orang pelaku usaha atau 16 orang dengan persentase 37%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai lama usaha ialah memiliki lama usaha 5-10 tahun.

5.2.5 Pendapatan

Pendapatan ialah salah satu yang paling di prioritaskan dalam melakukan usaha, baik usaha mikro maupun makro. Hal ini sangat berkaitan erat dengan salah satu daya jual kepada seorang pelanggan, akan tetapi pendapatan yang kurang memenuhi kebutuhan hidup dan kebutuhan sehari-hari akan mempengaruhi lama atau sebetulnya usaha tersebut berjalan. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pendapatan perhari pada pedagang eceran di sekitar kecamatan bagan sinembah dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.11
Pendapatan Perhari Sebelum Dan Sesudah Berdirinya Indomaret dan Alfamart

No.	Pendapatan	Jumlah pelaku usaha	Persentase
1.	Rp. < 1 Juta	18	42%
2.	Rp. 1.000.000- 3.000.000	11	26%
3.	Rp. 4.000.000- 6.000.000	8	19%
4.	Diatas Rp.6.000.000	4	9%
5.	Rp. 9.000.000- 10.000.000	2	5%
	Jumlah	43	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 5.5 diatas dapat diketahui mengenai pendapatan perhari yang berjumlah 43 orang pelaku usaha. Yang memiliki pendapatan Rp. < 1 juta ada 18 orang dengan persentase 42%. yang memiliki pendapatan Rp. 1.000.000- 3.000.000 ada 11 orang dengan persentase 26%. Yang memiliki pendapatan Rp. 4.000.000- 6.000.000 ada 8 orang dengan persentase 19%. Yang memiliki pendapatan diatas Rp. 6.000.000 ada 4 orang dengan persentase 9%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang memiliki pendapatan perhari ialah berjumlah Rp. < 1 Juta dengan persentase 42%.

5.2.6 Laba Atau Keuntungan

Laba atau keuntungan merupakan salah satu bentuk yang akan dilakukan dan didapat dari usaha yang telah diperjualbelikan, dengan adanya laba atau keuntungan, maka dapat menentukan target dan bisa menambah sumber modal dari pedagang eceran tersebut. Jika laba yang didapat meningkat dan melebihi

sesuai dengan apa yang diharapkan maka lamanya usaha berjalan juga akan mempengaruhi. Untuk melihat laba/ keuntungan penjualan pada pedagang eceran dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.12
Laba Atau Keuntungan Perhari Sebelum Dan Sesudah Berdirinya
Indomaret Dan Alfamart

No.	Laba/ Keuntungan	Jumlah pelaku usaha	Persentase
1.	0- 500.0000	18	42%
2.	Rp.500.000- 1.000.000	15	35%
3.	Rp. 1.000.000- 5.000.000	8	19%
4.	Rp. 5.000.000- 10.000.000	2	4%
5.	>Rp. 10.000.000		
	Jumlah	43	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 5.8 diatas dapat diketahui mengenai laba/ keuntungan yang berjumlah 43 orang pelaku usaha. Yang mendapatkan laba 0-500.000 ada 18 orang dengan persentase 42%. Yang mendapatkan laba Rp. 500.000-1.000.000 ada 15 orang dengan persentase 35%. Yang mendapatkan laba Rp. 1.000.000- 5.000.000 ada 8 orang dengan persentase 19%. Yang mendapatkan laba Rp. 5.000.000- 10.000.000 ada 2 orang dengan persentase 4%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden ialah yang mendapatkan laba/keuntungan Rp. 0- 500.000 dengan persentase 42%.

5.2.7 Pendapatan Selama Usaha Berjalan

Untuk melihat pendapatan selama usaha berjalan diambil perkiraan perbulan terakhir responden dari pedagang eceran di sekitar kecamatan bagan

sinembah, beberapa perbedaan pendapatan juga termasuk dalam faktor usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut, dan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.12
Pendapatan Rata-Rata Sebelum Dan Sesudah Berdirinya Indomaret Dan Alfamart Selama Usaha Berjalan Di Kecamatan Bagan Sinembah

No	Nama USAHA	Sebelum		Sesudah	
		Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)	Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)
1.	Kedai Harian barokah	900.000	27.000.000	300.000	9.000.000
2.	Kedai Harian amanah	800.000	24.000.000	300.000	9.000.000
3.	Kedai Harian Hasanah	850.000	25.500.000	450.000	13.500.000
4.	Kedai Harian Saudara	850.000	25.500.000	500.000	15.000.000
5.	Kedai Harian Buk Haji	850.000	25.500.000	550.000	16.500.000
6.	Toko Harian 3 Saudara	500.000	15.000.000	250.000	7.500.000
7.	Kedai Harian pagi	450.000	13.500.000	250.000	7.500.000
8.	Kedai harian Rizky	500.000	15.000.000	300.000	9.000.000
9.	Kedai Harian Zul	720.000	21.600.000	500.000	15.000.000
10.	Kedai Harian Simpang Tiga	780.000	23.400.000	500.000	15.000.000
11.	Kedai Alfil	1.000.000	30.000.000	550.000	16.500.000
12.	Kedai Eceran Atun	1.000.000	30.000.000	600.000	18.000.000
13.	Kedai Harian 24 Jam	950.000	28.500.000	500.000	15.000.000
14.	Kedai barokah	800.000	24.000.000	400.000	12.000.000
15.	Kedai Aisyah	750.000	22.500.000	500.000	15.000.000
16.	Toko Eceran Pak Andi	600.000	18.000.000	400.000	12.000.000
17.	Kedai Eceran Family	800.000	24.000.000	400.000	12.000.000
18.	Kedai Eceran Amanah 2	900.000	27.000.000	500.000	15.000.000
19.	Kedai Eceran Bersaudara	1.000.000	30.000.000	600.000	18.000.000
20.	Kedai Harian	2.500.000	75.000.000	1.500.000	45.000.000
21.	Kedai Harian Warga	2.500.000	75.000.000	1.500.000	45.000.000
22.	Toko Harian Kita	2.500.000	75.000.000	1.000.000	30.000.000
23.	Toko Harian Bersahabat	3.000.000	90.000.000	1.500.000	45.000.000
24.	Toko Eceran Indy	2.000.000	60.000.000	1.000.000	30.000.000
25.	Toko Eceran Tiani	2.800.000	84.000.000	1.500.000	45.000.000
26.	Toko Eceran Ilham	2.500.000	75.000.000	1.400.000	42.000.000
27.	Toko Eceran Ridho	2.500.000	75.000.000	1.500.000	45.000.000
28.	Toko Harian Dunsanak	2.700.000	81.000.000	1.200.000	36.000.000
29.	Kedai Eceran Keluarga	2.500.000	75.000.000	1.600.000	48.000.000
30.	Kedai Eceran Andi	4.000.000	120.000.000	3.000.000	90.000.000
31.	Kedai Harian Aminah	5.200.000	15.600.000	3.500.000	10.500.000
32.	Kedai Harian Nana	6.000.000	18.000.000	4.000.000	120.000.000
33.	Toko Muji Lestari	5.500.000	165.000.000	4.000.000	120.000.000

No	Nama USAHA	Sebelum		Sesudah	
		Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)	Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)
34.	Toko Budi	5.000.000	150.000.000	4.000.000	120.000.000
35.	Toko Eceran Simanjutak	5.000.000	150.000.000	2.500.000	75.000.000
36.	Toko Eceran Faisal	5.700.000	171.000.000	2.000.000	60.000.000
37.	Toko Siregar	6.000.000	180.000.000	2.000.000	60.000.000
38.	Toko Eceran Suparman	6.300.000	189.000.000	2.500.000	75.000.000
39.	Kedai Eceran	6.500.000	195.000.000	3.500.000	105.000.000
40.	Kedai Harian Restu Bunda	7.000.000	210.000.000	3.000.000	90000000
41.	Kedai Eceran	7.500.000	225.000.000	3.200.000	96.000.000
42.	Toko Eceran dan Harian Ani	9.000.000	270.000.000	4.000.000	120.000.000
43.	Toko Eceran	9.500.000	285.000.000	4.000.000	120.000.000

Sumber data olahan 2020

Dari data tabel 5.13 bahwasanya pendapatan dari 43 responden pelaku usaha yang mana pendapatan Rata-rata meningkat sebelum berdirinya indomaret dan alfamart dan setelah berdirinya indomaret dan alfamart pendapatan dari 43 responden pelaku usaha mengalami penurunan rata-rata sebesar 30% dari sebelum berdirinya indomaret dan alfamart.

Tabel 5.14
Perkiraan Pendapatan Terendah Rata-Rata Sebelum Dan Sesudah Berdirinya Indomaret Dan Alfamart Selama Usaha Berjalan Di Kecamatan Bagan Sinembah

No	Nama USAHA	Sebelum		Sesudah	
		Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)	Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)
1.	Kedai Harian barokah	500.000	15.000.000	150.000	4.500.000
2.	Kedai Harian amanah	400.000	12.000.000	150.000	4.500.000
3.	Kedai Harian Hasanah	450.000	13.500.000	250.000	7.500.000
4.	Kedai Harian Saudara	350.000	10.500.000	250.000	7.500.000
5.	Kedai Harian Buk Haji	450.000	13.500.000	350.000	10.500.000
6.	Toko Harian 3 Saudara	300.000	9.000.000	150.000	4.500.000
7.	Kedai Harian pagi	250.000	7.500.000	150.000	4.500.000
8.	Kedai harian Rizky	250.000	7.500.000	150.000	4.500.000

No	Nama USAHA	Sebelum		Sesudah	
		Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)	Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)
9.	Kedai Harian Zul	400.000	12.000.000	250.000	7.500.000
10.	Kedai Harian Simpang Tiga	450.000	13.500.000	250.000	7.500.000
11.	Kedai Alfil	500.000	15.000.000	350.000	10.500.000
12.	Kedai Eceran Atun	550.000	16.500.000	300.000	9.000.000
13.	Kedai Harian 24 Jam	450.000	13.500.000	250.000	7.500.000
14.	Kedai barokah	400.000	12.000.000	200.000	6.000.000
15.	Kedai Aisyah	350.000	10.500.000	250.000	7.500.000
16.	Toko Eceran Pak Andi	300.000	9.000.000	200.000	6.000.000
17.	Kedai Eceran Family	400.000	12.000.000	200.000	6.000.000
18.	Kedai Eceran Amanah 2	450.000	13.500.000	250.000	7.500.000
19.	Kedai Eceran Bersaudara	500.000	15.000.000	300.000	9.000.000
20.	Kedai Harian	1.500.000	45.000.000	750.000	22.500.000
21.	Kedai Harian Warga	1.000.000	30.000.000	700.000	21.000.000
22.	Toko Harian Kita	1.500.000	45.000.000	500.000	15.000.000
23.	Toko Harian Bersahabat	1.500.000	45.000.000	1.000.000	30.000.000
24.	Toko Eceran Indy	1.000.000	30.000.000	500.000	15.000.000
25.	Toko Eceran Tiani	1.800.000	54.000.000	750.000	22.500.000
26.	Toko Eceran Ilham	1.200.000	36.000.000	700.000	21.000.000
27.	Toko Eceran Ridho	1.300.000	39.000.000	750.000	22.500.000
28.	Toko Harian Dunsanak	1.500.000	45.000.000	600.000	18.000.000
29.	Kedai Eceran Keluarga	1.250.000	37.500.000	800.000	24.000.000
30.	Kedai Eceran Andi	2.000.000	60.000.000	1.500.000	45.000.000
31.	Kedai Harian Aminah	2.200.000	66.000.000	1.500.000	45.000.000
32.	Kedai Harian Nana	3.000.000	90.000.000	2.000.000	60.000.000
33.	Toko Muji Lestari	3.500.000	105.000.000	2.000.000	60.000.000
34.	Toko Budi	2.500.000	75.000.000	2.000.000	60.000.000
35.	Toko Eceran Simanjutak	2.000.000	60.000.000	1.500.000	45.000.000
36.	Toko Eceran Faisal	3.700.000	111.000.000	1.000.000	30.000.000
37.	Toko Siregar	3.000.000	90.000.000	1.000.000	30.000.000
38.	Toko Eceran Suparman	3.300.000	99.000.000	1.500.000	45.000.000
39.	Kedai Eceran	3.500.000	105.000.000	1.500.000	45.000.000
40.	Kedai Harian Restu Bunda	3.500.000	105.000.000	1.500.000	45.000.000
41.	Kedai Eceran	3.500.000	105.000.000	2.200.000	66.000.000
42.	Toko Eceran dan Harian Ani	4.000.000	120.000.000	2.000.000	60.000.000
43.	Toko Eceran	4.500.000	135.000.000	2.000.000	60.000.000

Sumber data olahan 2020

Dari data tabel 5.14 bahwasanya perkiraan pendapatan dari 43 responden pelaku usaha yang mana pendapatan Rata-rata meningkat sebelum berdirinya

indomaret dan alfamart dan setelah berdirinya indomaret dan alfamart pendapatan dari 43 responden pelaku usaha mengalami penurunan rata-rata sebesar 30% dari sebelum berdirinya indomaret dan alfamart.

5.2.8 Laba Atau Keuntungan Selama Usaha Berjalan

Untuk melihat laba selama usaha berjalan diambil perkiraan perbulan terakhir responden dari pedagang eceran di sekitar kecamatan bagan sinembah, beberapa perbedaan laba juga termasuk dalam faktor usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut, dan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.15
Laba Atau Keuntungan Rata-Rata Sebelum Dan Sesudah Berdirinya
Indomaret Dan Alfamart Selama Usaha Berjalan Di Kecamatan
Bagan Sinembah

No	Nama USAHA	Sebelum		Sesudah	
		Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)	Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)
1.	Kedai Harian barokah	600.000	18.000.000	200.000	6.000.000
2.	Kedai Harian amanah	500.000	15.000.000	200.000	6.000.000
3.	Kedai Harian Hasanah	400.000	12.000.000	250.000	7.500.000
4.	Kedai Harian Saudara	400.000	12.000.000	250.000	7.500.000
5.	Kedai Harian Buk Haji	450.000	13.500.000	200.000	6.000.000
6.	Toko Harian 3 Saudara	350.000	10.500.000	150.000	4.500.000
7.	Kedai Harian pagi	200.000	6.000.000	100.000	3.000.000
8.	Kedai harian Rizky	200.000	6.000.000	100.000	3.000.000
9.	Kedai Harian Zul	400.000	12.000.000	200.000	6.000.000
10.	Kedai Harian Simpang Tiga	450.000	13.500.000	200.000	6.000.000
11.	Kedai Alfil	500.000	15.000.000	250.000	7.500.000
12.	Kedai Eceran Atun	550.000	16.500.000	200.000	6.000.000
13.	Kedai Harian 24 Jam	400.000	12.000.000	200.000	6.000.000
14.	Kedai barokah	400.000	12.000.000	200.000	6.000.000
15.	Kedai Aisyah	350.000	10.500.000	200.000	6.000.000
16.	Toko Eceran Pak Andi	300.000	9.000.000	150.000	4.500.000
17.	Kedai Eceran Family	400.000	12.000.000	200.000	6.000.000
18.	Kedai Eceran Amanah 2	400.000	12.000.000	200.000	6000000
19.	Kedai Eceran Bersaudara	550.000	16.500.000	300.000	9.000.000

No	Nama USAHA	Sebelum		Sesudah	
		Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)	Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)
20.	Kedai Harian	1.000.000	30.000.000	600.000	18.000.000
21.	Kedai Harian Warga	1.200.000	36.000.000	650.000	19.500.000
22.	Toko Harian Kita	1.500.000	45.000.000	700.000	21.000.000
23.	Toko Harian Bersahabat	1.500.000	45.000.000	900.000	27.000.000
24.	Toko Eceran Indy	1.000.000	30.000.000	500.000	15.000.000
25.	Toko Eceran Tiani	1.500.000	45.000.000	800.000	24.000.000
26.	Toko Eceran Ilham	1.000.000	30.000.000	700.000	21.000.000
27.	Toko Eceran Ridho	1.000.000	30.000.000	800.000	24.000.000
28.	Toko Harian Dunsanak	1.500.000	45.000.000	700.000	21.000.000
29.	Kedai Eceran Keluarga	1.500.000	45.000.000	800.000	24.000.000
30.	Kedai Eceran Andi	2.000.000	60.000.000	1.500.000	45.000.000
31.	Kedai Harian Aminah	2.500.000	75.000.000	1.500.000	45.000.000
32.	Kedai Harian Nana	3.500.000	105.000.000	2.000.000	60.000.000
33.	Toko Muji Lestari	3.000.000	90.000.000	2.000.000	60.000.000
34.	Toko Budi	3.000.000	90.000.000	2.300.000	69.000.000
35.	Toko Eceran Simanjutak	2.800.000	84.000.000	1.800.000	54.000.000
36.	Toko Eceran Faisal	3.000.000	90.000.000	1.200.000	36.000.000
37.	Toko Siregar	3.500.000	105.000.000	1.000.000	30.000.000
38.	Toko Eceran Suparman	3.500.000	105.000.000	1.500.000	45.000.000
39.	Kedai Eceran	3.000.000	90.000.000	2.000.000	60.000.000
40.	Kedai Harian Restu Bunda	3.500.000	105.000.000	2.000.000	60.000.000
41.	Kedai Eceran	4.000.000	120.000.000	1.500.000	45.000.000
42.	Toko Eceran dan Harian Ani	4.000.000	120.000.000	2.000.000	60.000.000
43.	Toko Eceran	4.500.000	135.000.000	2.000.000	60.000.000

Sumber data olahan 2020

Dari data tabel 5.15 bahwasanya Laba atau Keuntungan dari 43 responden pelaku usaha yang mana laba atau keuntungan rata-rata meningkat sebelum berdirinya indomaret dan alfamart dan setelah berdirinya indomaret dan alfamart laba atau keuntungan dari 43 responden pelaku usaha mengalami penurunan rata-rata sebesar 30% dari sebelum berdirinya indomaret dan alfamart.

Tabel 5.16
Perkiraan Laba Atau Keuntungan Rata-Rata Sebelum Dan Sesudah
Berdirinya Indomaret Dan Alfamart Selama Usaha Berjalan Di
Kecamatan Bagan Sinembah

No	Nama USAHA	Sebelum		Sesudah	
		Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)	Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)
1.	Kedai Harian barokah	300.000	9.000.000	100.000	3.000.000
2.	Kedai Harian amanah	250.000	7.500.000	100.000	3.000.000
3.	Kedai Harian Hasanah	200.000	6.000.000	150.000	4.500.000
4.	Kedai Harian Saudara	200.000	6.000.000	100.000	3.000.000
5.	Kedai Harian Buk Haji	250.000	7.500.000	100.000	3.000.000
6.	Toko Harian 3 Saudara	150.000	4.500.000	75.000	2.250.000
7.	Kedai Harian pagi	100.000	3.000.000	50.000	1.500.000
8.	Kedai harian Rizky	100.000	3.000.000	50.000	1.500.000
9.	Kedai Harian Zul	200.000	6.000.000	100.000	3.000.000
10.	Kedai Harian Simpang Tiga	250.000	7.500.000	100.000	3.000.000
11.	Kedai Alfil	250.000	7.500.000	150.000	4.500.000
12.	Kedai Eceran Atun	250.000	7.500.000	100.000	3.000.000
13.	Kedai Harian 24 Jam	200.000	6.000.000	100.000	3.000.000
14.	Kedai barokah	200.000	6.000.000	100.000	3.000.000
15.	Kedai Aisyah	150.000	4.500.000	100.000	3.000.000
16.	Toko Eceran Pak Andi	150.000	4.500.000	75.000	2.250.000
17.	Kedai Eceran Family	150.000	4.500.000	100.000	3.000.000
18.	Kedai Eceran Amanah 2	200.000	6.000.000	100.000	3.000.000
19.	Kedai Eceran Bersaudara	350.000	10.500.000	150.000	4.500.000
20.	Kedai Harian	500.000	15.000.000	300.000	9.000.000
21.	Kedai Harian Warga	600.000	18.000.000	350.000	10.500.000
22.	Toko Harian Kita	700.000	21.000.000	350.000	10.500.000
23.	Toko Harian Bersahabat	750.000	22.500.000	500.000	15.000.000
24.	Toko Eceran Indy	500.000	15.000.000	300.000	9.000.000
25.	Toko Eceran Tiani	750.000	22.500.000	400.000	12.000.000
26.	Toko Eceran Ilham	500.000	15.000.000	350.000	10.500.000
27.	Toko Eceran Ridho	500.000	15.000.000	300.000	9.000.000
28.	Toko Harian Dunsanak	1.000.000	30.000.000	700.000	21.000.000
29.	Kedai Eceran Keluarga	1.000.000	30.000.000	800.000	24.000.000
30.	Kedai Eceran Andi	1.000.000	30.000.000	750.000	22.500.000
31.	Kedai Harian Aminah	1.500.000	45.000.000	750.000	22.500.000
32.	Kedai Harian Nana	1.500.000	45.000.000	1.000.000	30.000.000
33.	Toko Muji Lestari	1.500.000	45.000.000	1.000.000	30.000.000
34.	Toko Budi	1.500.000	45.000.000	1.000.000	30.000.000
35.	Toko Eceran Simanjutak	1.800.000	54.000.000	1.000.000	30.000.000
36.	Toko Eceran Faisal	1.500.000	45.000.000	1.000.000	30.000.000

No	Nama USAHA	Sebelum		Sesudah	
		Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)	Perhari (Rp)	Perbulan (Rp)
37.	Toko Siregar	1.500.000	45.000.000	500.000	15.000.000
38.	Toko Eceran Suparman	1.500.000	45.000.000	1.000.000	30.000.000
39.	Kedai Eceran	1.500.000	45.000.000	1.000.000	30.000.000
40.	Kedai Harian Restu Bunda	2.500.000	75.000.000	1.000.000	30.000.000
41.	Kedai Eceran	2.000.000	60.000.000	1.100.000	33.000.000
42.	Toko Eceran dan Harian Ani	2.000.000	60.000.000	1.000.000	30.000.000
43.	Toko Eceran	2.500.000	75.000.000	1.000.000	30.000.000

Sumber data olahan 2020

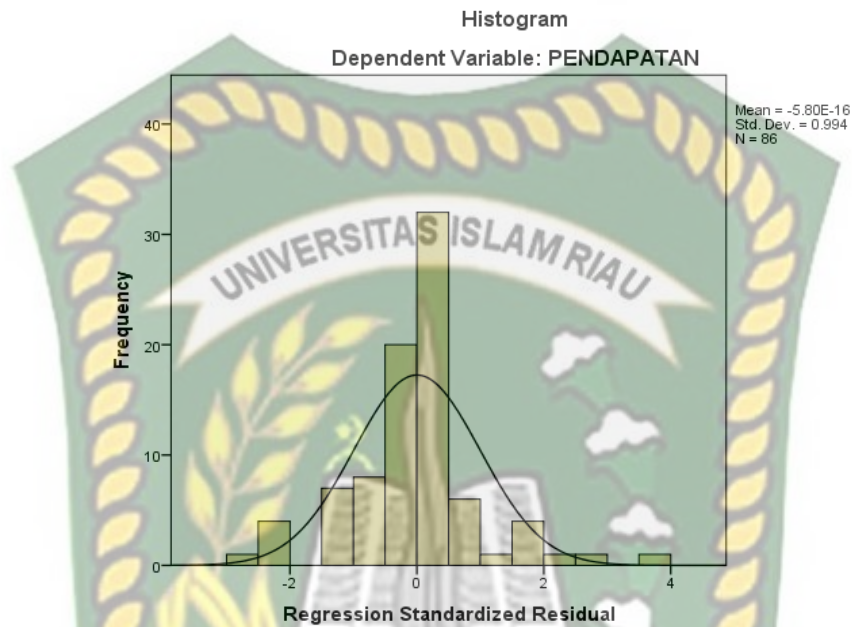
Dari data tabel 5.16 bahwasanya Perkiraan Laba atau Keuntungan dari 43 responden pelaku usaha yang mana laba atau keuntungan rata-rata meningkat sebelum berdirinya indomaret dan alfamart dan setelah berdirinya indomaret dan alfamart laba atau keuntungan dari 43 responden pelaku usaha mengalami penurunan rata-rata sebesar 30% dari sebelum berdirinya indomaret dan alfamart.

5.3 Uji Hipotesis

Analisis Pendapatan Dan Laba Sebelum dan Sesudah Indomaret Dan Alfamart Di Sekitar Kecamatan Bagan Sinembah

5.3.1 Uji Normalitas

Gambar 2. Uji Normalitas



Berdasarkan hasil uji histogram diatas dapat diketahui dan dijabarkan bahwa data dalam penelitian ini menandakan berdistribusi normal, hal ini menunjukkan bahwa garis diagonal mengikuti arah garis garis yang menunjukkan bahwa yang berada didalam data pendapatan dan laba Sebelum dan sesudah berdirinya indomaret dan alfamart. Dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

5.3.2 Uji Beda Pendapatan

Tabel 5.15
Hasil Uji Statistik Independent Sample T-Test Pendapatan
Sebelum Dan Sesudah Beridrinya Indomaret Dan Alfamart Di
Sekitar Kecamatan Bagan Sinembah

Independent Samples Test

	F	Sig	T	Df	Sig.(2-tailed)	Mean Difference
Sebelum	20,592	,000	3,245	84	,002	42872093,02326
Sesudah			3,245	62,119	,002	42872093,02326

Dari tabel 5.13 diatas dapat diketahui bahwa F hitung untuk pendapatan perhari dengan equal variances assumed pada asumsi kedua varian yang sama adalah 20,592 dengan nilai probabilitas adalah 0,000. Oleh karena itu probabilitas data diatas lebih kecil dari 0,5 maka H_0 di tolak atau dapat dinyatakan bahwa kedua varian ini yaitu pendapatan sebelum dan sesudah beridirinya indomaret dan alfamart tidak sama.

5.3.3 Uji Beda Laba Atau Keuntungan

Tabel 5.16
Hasil Uji Statistik Independent Sample T-Test Laba Sebelum Dan
Sesudah Beridirinya Indomaret Dan Alfamart Di Sekitar
Kecamatan Bagan Sinembah

Independent Sample Test						
	F	Sig	T	Df	Sig.(2-tailed)	Mean Difference
Sebelum	20,498	,000	3,164	84	,002	21697674,41860
Sesudah			3,164	64,416	,002	21697674,41860

Dari tabel 5.14 diatas dapat diketahui bahwa F hitung untuk pendapatan perhari dengan equal variances assumed pada asumsi kedua varian yang sama adalah 20,498 dengan nilai probabilitas adalah 0,000. Oleh karena itu probabilitas data diatas lebih kecil dari 0,5 maka H_0 di tolak atau dapat dinyatakan bahwa kedua varian ini yaitu Laba Atau Keuntungan sebelum dan sesudah beridirinya indomaret dan alfamart tidak sama.

Hasil rekapitulasi uji statistik dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.17
Rekapitulasi Hasil Penelitian
Pendapatan Dan Laba Sebelum Dan Sesudah berbidirinya Indomaret
Dan Alfamart

Variabel	Uji indenpendent T-test (Uji Beda)	Kesimpulan
Pendapatan	0.002	Terdapat Perubahan yang signifikan
Laba atau Keuntungan	0.002	Terdapat Perubahan yang signifikan

Sumber data olahan 2020

Dari tabel 5.15 diatas dapat disimpulkan bahwasanya pendapatan sebelum dan sesudah berdirinya indomaret dan alfamart mengalami perubahan yang signifikan dan juga laba atau keuntungan sebelum dan sesudah berdirinya indomaret dan alfamart mengalami perubahan yang signifikan karna ada beberapa faktor diantaranya 1. Karna jawaban dari 43 responden yang mengatakan apakah jarak degangan bapak/ibu sangat dekat dengan indomaret dan alfamart rata-rata dari 43 respon yang menjawab iya adalah 35orang menjawab iya, 2. Dari jawaban 43orang responden tentang pertanyaan apakah adanya indomaret dan alfamart berpengaruh terhadap pendapatan bapak/ibu, rata-rata dari 43 orang responden yang paling banyak menjawab iya sebanyak 40 orang responden, 3. Dari jawaban 43 responden yang menjawab pertanyaan yang tentang apakah bapak/ibu setuju dengan adanya indomaret dan alfamart, rata-rata dari 43 responden yang menjawab tidak setuju adalah 32 responden.

5.4 Pembahasan

Bedasarkan hasil penelitian bahwa teradapat perubahan atau perbedaan pendapat maupun laba sebelum dan sesudah berdirinya indomaret dan alfarmart di kecamatan bagan sinembah. Dilihat dari hasil penelitian dengan menyebarkan kuesioner dan juga hasil wawancara langsung dengan palaku usaha yang terlibat di dalam penelitian ini dan juga dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan. Maka hal ini membuktikan bahwa dengan adanya keberadaan indomaret dan alfamart berdampak dan berpengaruh terhadap menurunnya jumlah pendapat dan laba pedagang eceran di kecamatan bagan sinembah.

Hal ini mendukung Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Trisdiana, M nur (2015) Bahwa terdapat perbedaan pendapatan Pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya indomaret dan alfamart

Didalam penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa harga dan kelengkapan barang atau produk dalam berbelanja membuat masyarakat lebih memilih indomaret untuk berbelanja, karna harga dan kelengkapan barang atau produk di indomaret dan alfamart lebih murah dan lengkap di bandingkan pedagang eceran. Maka hal tentu sangat berdampak kepada pedagang eceran yang sudah lama ada.

Pandangan dari hasil penelitian yang telah di lakukan terhadap pedagang eceran di kecamatan bagan sinembah menunjukan jumlah rata-rata pendapat pedagang mengalami penurunan. Maka hal ini membuktikan bahwa dengan berdirinya indomaret dan alfamart dikecamatan bagan sinembah memberikan pengaruh yang negatif terhadap pendapatan pedagang eceran di sekitarnya.

Hal ini membuktikan bahwa hasil ini sama dengan penelitian Mega Kusyuniarti (2013) yang menyatakan bahwa rata-rata penurunan omzet Pedagang eceran tradisional antara sebelum dan sesudah pendirian minimarket berbeda nyata.

Indomaret dan Alfamart sangat menarik perhatian konsumen untuk berbelanja, tujuan didirikan usaha ini adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Yang mana diantara nya memiliki pelayanan yang baik kenyamanan, dan fasilitas yang diberikan oleh toko seperti indomaret dan alfamart membuat konsumen betah untuk berbelanja.

Dengan adanya keberadaan indomaret dan alfamart membuat pedagang eceran yang ada disekitarnya tersebut semakin tersisih dan bahkan ada yang gulung tikar. Para pedagang eceran kebanyakan hanya bisa pasrah dengan keadaan yang telah terjadi.

Hal ini juga mendukung Penelitian terdahulu Much Nasarudin (2012) bahwa keberadaan indomaret dan Alfamart menyebabkan dampak menurunnya pendapatan Pedagang eceran,

Salah satu upaya yang dapat di lakukan pedagang eceran dalam mempertahankan suatu usahanya adalah dengan cara melengkapi barang-barang yang dijual, menata barang agar terlihat lebih menarik dan rapi, bersih agar kelihatan oleh konsumen lebih menarik , terus dengan memberikan penawaran harga yang lebih murah di bandingkan dengan indomaret dan alfamart .

Tetapi ada sisi positif dengan berdirinya Indomaret dan Alfamart yaitu terciptanya lapangan pekerjaan untuk para pemuda pemudi yang sedang menganggur, karena biasanya Indomaret dan Alfamart merekrut karyawan yang berada disekitar lingkungan tersebut. Selain itu dengan adanya Indomaret dan Alfamart membuat para pedagang eceran semakin terpacu untuk berlomba-lomba dalam meningkatkan usahanya, contohnya dalam pemenuhan produk-produk yang dibutuhkan konsumen, dan lebih memperhatikan keinginan pasar atau konsumen.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dengan berdirinya Indomaret dan Alfamart membuat perubahan pendapatan Pedagang eceran di kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir yang mana sebelum berdirinya indomaret dan alfamart pendapatan dan laba yang di peroleh dari pelaku usaha meningkat namun setelah berdirinya Indomaret dan alfamart mengalami penurunan. Itu dibuktikan dari 43 pelaku usaha rata-rata mengalami penurunan pendapatan dan laba setelah berdirinya indomaret dan alfamart, dari pembahasan diatas banyak pelaku usaha yang tidak setuju dengan adanya indomaret dan alfamart karna dapat mengancam sistem ekonomi pedagang eceran dan jarak antara pedagang eceran dengan indomaret dan alfamart juga tidak terlalu jauh , maka oleh karena itu masyarakat lebih suka belanja di indomaret dan alfamart mungkin karena alasan barang dan kebutuhan lebih lengkap di indomaret dan alfamart dibandingkan pedagang eceran.

6.2 Saran

Dari beberapa kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pelaku usaha juga harus bisa mengikuti perkembangan informasi apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dan akan mempengaruhi langsung terhadap usaha yang dijalankan. Tentu saja usaha yang dijalankan akan merubah pendapatan yang dilakukan para pelaku usaha.
2. Dalam mengembangkan usaha, pelaku usaha masuk dalam asosiasi atau komunitas kewirausahaan agar ada motivasi dan bisa terjalin kerjasama dalam mengembangkan usaha.
3. Pelaku usaha harus melakukan kegiatan pemasaran secara online maupun offline. Dengan promosi yang dilakukan akan membuat usaha lebih dikenal dan mudah diakses oleh masyarakat.
4. Pelaku usaha harus meningkatkan kualitas pelayanan dan kebersihan dalam usahanya, contohnya lebih ramah kepada pembeli, lebih merapikan barang-barang dagangannya, jadi konsumen yang datang akan merasa terpuaskan dan mungkin akan selalu berbelanja lagi.
5. Pelaku usaha memanfaatkan promo-promo yang ada di indomaret dan alfamart lalu menjualnya kembali

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Eka Setiawan. 2012. *Pengaruh Media Advertaising terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Di Daya Tarik Wisata Alam Situ Ciluenca*. Skripsi Sarjana FPIPS UPI, UPI Bandung.
- Badan Pusat Statistik. 2014. *Angka Harapan Hidup Penduduk Beberapa Negara (tahun), 1995-2015*. Diakses pada tanggal 15 Desember 2016 melalui <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1517>
- Bambang Riyanto. 2001. *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. BPFE, Yogyakarta
- Basarah, Moch dan, Mufidin, Faiz, 2008. *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek hukumnya*. Jakarta: PT. Citra Aditya Bakti.
- Berman, Barry dan Evans, Joel R. 2004. *Retail Management A Strategic Approach. Ninth Edition*. New Jersey: Pearson Education International.
- Berman, Barry, and Joel R. Evans, 2007, *Retail Management*, New Jersey: Prentice Hall.
- Carter, William k. and Milton F. Usry. 2002. Edisi 13. *Cost Accounting*. Australia: Dame
- Damn, William N. 2000. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta Gadjah Mada University Press
- Dyckman, Thomas R., Roland E. Dukes, Charles J. Davis, 2002. *Akuntansi Intermediate, Edisi Kesepuluh, Jilid 1, Terjemahan Emil Salim*. Jakarta: Erlangga.
- Harhap, Sofyan Syafri. 2002. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ikatan Akutasi Indonesia. 2007. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta; Salemba Empat
- Jerome A. Katz. 2007. *Entrepreneurial Small Business*. Boston: McGraw Hill.
- Kasmir, Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana, 2010
- Kholmi, Masiyah dan Yuningsih. 2004. *Akuntansi Biaya*. Malang; UMM Perss
- Levy, Michael dan Barton Weitz, 2005. *Retailing Management, Second edition*. Boston Ricard D. Irwin.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta; UPP AMP YKPN

Perda No.02/2009 Bab 1 mengenai Toko Modern

Perpres No.112/2007

Philip Kotler dan Kevin L. Keller, 2006. *Manajemen Pemasaran edisi ke 12 Jilid ke 1*. New Jersey, Indeks

Stice et al. 204. *Intermediate Accounting*. 15 edition, Jakarta; Salemba Empat

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung; Alfabeta

Schiffman and Lazar Kamuk, 2000, *Customer behavior*, Internasional Edition, Prentice Hall.

Sofyan Syafri, 2002. "*Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*", Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Stice & Skousen 2007. *Akuntansi Keuangan. Edisi Enam Belas*. Jakarta: Salemba Empat

Wijayanti, Anita. 2011. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga dan Kelengkapan Fasilitas Belajar Terhadap Hasil Belajar Matematika (pada Siswa Kelas IX Semester Genap SMP N 2 Godong Tahun Ajaran 2010/2011)*. Skripsi, Sukakarta: UMS

Wild. (2003). *Financial Statement Analysis. Edisi. Kedelapan*. The Mc Graw Hill Companies Inc. United State of America.