

**DAMPAK KEHADIRAN MINIMARKET
TERHADAP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL “CERME”
PURWOSARI KECAMATAN BATURRADEN
KABUPATEN BANYUMAS**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

**Oleh:
FEBRI WULANSARI
NIM. 1323203048**

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febri Wulansari
NIM : 1323203048
Jenjang : S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi : Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pedagang
Pasar Tradisional "Cerme" Purwosari Kecamatan
Baturraden Kabupaten Banyumas

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 23 Desember 2019

Saya yang menyatakan,





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**DAMPAK KAHADIRAN MINIMARKET
TERHADAP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL "CERME"
PURWOSARI KECAMATAN BATURRADEN
KABUPATEN BANYUMAS**

Yang disusun oleh Saudari **Febri Wulansari NIM. 1323203048** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis**, tanggal **06 Februari 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Penguji Skripsi

Ketua Sidang/Penguji


Dr. Atabik M. Ag.
NIP. 196512051993031004

Sekretaris Sidang/Penguji

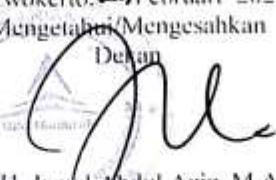

Rahmini Hadi, SE., M.Si.
NIP. 197012242005012001

Pembimbing/Penguji


Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 196804031994031004

Purwokerto, 20 Februari 2020

Mengetahui/Mengesahkan
Dean


Dr. H. Jamil Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197309212002121004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Skripsi
Sdr. Febri Wulansari
Lamp. : 3 (tiga) Eksemplar

Purwokerto, 14 Januari 2020

Kepada Yth.
Dekan FEBI IAIN Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, mengadakan arahan, dan perbaikan terhadap penulisan skripsi dari mahasiswa:

Nama : Febri Wulansari
NIM : 1323203048
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi : Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pedagang Pasar Tradisional "Cerme" Purwosari Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.E.).

Wassalamu'alikum Wr. Wb.

Pembimbing,



Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 199403 1 004

**DAMPAK KEHADIRAN MINIMARKET
TERHADAP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL “CERME” PURWOSARI
KECAMATAN BATURRADEN KABUPATEN BANYUMAS**

Febri Wulansari

NIM: 1323203048

Email: febry.wulansari70@gmail.com

**Program Studi Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto**

ABSTRAK

Pertumbuhan *minimarket* merupakan aksi dari kemajuan perekonomian Indonesia secara makro. Namun, gairah ekonomi itu ternyata memicu keresahan di kalangan pedagang kecil, khususnya pedagang pasar tradisional. Minimarket juga hadir di sekitar Pasar Cerme, yaitu Indomart, Alfamart, dan Toko Cerme. Dengan kondisi seperti ini, tentunya antara minimarket terhadap pedagang pasar tradisional mengalami persaingan dan menimbulkan dampak positif dan negatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis dampak kehadiran minimarket terhadap pedagang di Pasar Tradisional “Cerme” Purwosari, yang kemudian dianalisis berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, dengan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisa deskriptif kualitatif, yang terdiri atas tiga alur kegiatan yang berlangsung secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak keberadaan minimarket terhadap pedagang di Pasar Tradisional Cerme lebih merasakan adanya dampak negatif dari kehadiran minimarket, seperti dari pola kegiatan usaha, jumlah konsumen yang berkurang, dan berimbas pada pendapatan pedagang yang juga mengalam pengurangan. Konsumen lebih banyak berbelanja produk dan barang di minimarket. Dengan alasan kenyamanan dan pelayanan sehingga konsumen lebih suka berbelanja di minimarket. Namun demikian, tidak menutup kemungkinan bahwa dampak positif juga dirasakan oleh pedagang di sekitar Pasar Cerme, walaupun imbasnya tidak terlalu berasa, tapi memang ada dampaknya. Misal, muncul ide dari pedagang untuk kembali menata barang dan menjaga kebersihan barang dagangan sebagai dampak yang ia rasakan, dan adanya penambahan barang baru untuk diperjualbelikan. Islam sendiri sangat mendukung aktivitas perdagangan ini. Islam tidak melarang kebebasan dan berkreasi dalam melakukan usaha, namun dalam hal kompetisi haruslah dengan persaingan yang sehat. Kehadiran minimarket yang berdekatan atau berada di dalam pasar tradisional bertentangan dengan peraturan perundang-undangan juga bertentangan dengan unsur persaingan usaha yang diajarkan oleh Islam, yaitu tidak memperhatikan pihak pesaing lainnya dan dari segi cara bersaing yang menyebabkan kerugian dalam bentuk penurunan pendapatan bagi pesaingnya, yaitu pedagang pasar tradisional.

Kata Kunci: Dampak, Positif, Negatif, Minimarket, Pedagang, Pasar Tradisional

**THE IMPACT OF THE PRESENCE OF THE MINIMARKET
AGAINST “CERME” TRADITIONAL MARKET TRADERS PURWOSARI
SUBDISTRICT OF BATURRADEN, BANYUMAS REGENCY**

Febri Wulansari

NIM: 1323203048

Email: febry.wulansari70@gmail.com

**The Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Business in Islam
The State Islamic Institute Purwokerto**

ABSTRACT

The growth of the Minimarket is action of the progress of the Indonesian economy at the macro level. However, the passion economy that turned out to foment unrest among small traders, especially traders in traditional markets. A convenience store is also present around the Cerme Market, i.e., Indomart, Alfamart, and Cerme Store. With conditions like this, of course, between a convenience store against traditional market traders experience competition and the impact of positive and negative.

This study aims to describe and analyze the impact of the presence of the Minimarket towards the traders in a “Cerme” Traditional Market “Cerme” Purwosari, which is then analyzed based on the perspective of Islamic economics.

This study is a field research, with qualitative research. Data collection techniques using observation, documentation and interviews. The data analysis technique used is qualitative descriptive analysis, which consists of three flow activities that take place simultaneously, namely data reduction, data presentation and withdrawal of conclusion.

The results showed that the impact of the presence of the Minimarket to the traders in Cerme Traditional Markets more feel the negative impact of the presence of a convenience store, such as from the pattern of business activity, the number of consumers is reduced, and the impact on the income of the traders who also go through the reductions. More consumers shop for products and goods in a convenience store. By reason of the convenience and service that consumers prefer to shop at a grocery/convenience store. However, do not rule out the possibility that a positive impact was also felt by traders around the Cerme Traditional Markets, although the impact is not too tasteless, but is indeed no impact. For example, the idea of the traders to re-organize items and maintain cleanliness of merchandise as the impact which he felt, and the addition of new items for sale. Islam itself is very support the activities of this trade. Islam does not prohibit freedom and creativity in doing business, but in terms of the competition should be with healthy competition. The presence of a convenience store that is adjacent or located in the traditional market contrary to the laws and regulations is also contrary to the element of business competition which is taught by Islam, that do not pay attention to parties other competitors and in terms of how to compete that cause losses in the form of a decline in revenue for its competitors, namely traditional market traders.

Keywords: Impact, Positive, Negative, Minimarket, Merchants, Market Traditional

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain '....	koma terbalik keatas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el

م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	waw	w	w
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal pendek, vokal rangkap dan vokal panjang.

1. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— //	<i>Fathah</i>	<i>fathah</i>	a
—//	<i>Kasrah</i>	<i>kasrah</i>	i
و	<i>Ḍammah</i>	<i>ḍammah</i>	u

2. Vokal Rangkap.

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis
<i>Fathah</i> dan <i>ya'</i>	ai	a dan i	بينكم	<i>Bainakum</i>
<i>Fathah</i> dan <i>Wawu</i>	au	a dan u	قول	<i>Qaul</i>

3. Vokal Panjang

Maddah atau vokal panjang yang lambing nya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Fathah + alif ditulis ā	Contoh جاهلية ditulis <i>jāhiliyyah</i>
Fathah+ ya' ditulis ā	Contoh تنسى ditulis <i>tansā</i>
Kasrah + ya' mati ditulis ī	Contoh كريم ditulis <i>karīm</i>
Dammah + wawu mati ditulis ū	Contoh فروض ditulis <i>furūd</i>

C. Ta' Marbūṭah

1. Bila dimatikan, ditulis h:

حكمة	ditulis <i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis <i>jizyah</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	ditulis <i>ni'matullāh</i>
-----------	----------------------------

3. Bila *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ditransliterasikan dengan *h* (h).

Contoh:

روضة الاطفال	<i>Rauḍah al-aṭfāl</i>
المدينة المنورة	<i>Al-Madīnah al-Munawwarah</i>

D. Syaddah (Tasydīd)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

متعددة	ditulis <i>mutáaddidah</i>
عدّة	ditulis <i>'iddah</i>

E. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

الحكم	ditulis <i>al-ḥukm</i>
القلم	ditulis <i>al-qalam</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*

السماء	ditulis <i>as-samā'</i>
الطارق	ditulis <i>aṭ-ṭāriq</i>

F. Hamzah

Hamzah yang terletak di akhir atau di tengah kalimat ditulis apostrof.

Sedangkan hamzah yang terletak di awal kalimat ditulis alif. Contoh:

شيئ	ditulis <i>syai'un</i>
تأخذ	ditulis <i>ta'khuẓu</i>
أمرت	ditulis <i>umirtu</i>

MOTTO

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”

(QS. An-Nisa' (4): 29)

PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT cinta dan kasih sayang-Mu telag memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi ibu dan bapak tercinta sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ibu dan bapak yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin kubalas hanya dengan selembat kertas.

Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ibu dan bapak bahagia. Terimakasih ibu dan bapak.

KATA PENGANTAR

Al-Hamdulillâh, puji syukur penulis panjatkan ke Hadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “DAMPAK KEHADIRAN MINIMARKET TERHADAP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL “CERME” PURWOSARI KECAMATAN BATURRADEN KABUPATEN BANYUMAS”.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang membimbing dan membantu selama menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, terutama kepada :

1. Dr. H. Moh. Roqib, M. Ag., Rektor IAIN Purwokerto.
2. Dr. H. Fauzi, M. Ag., Wakil Rektor I IAIN Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M. Ag., Wakil Rektor II IAIN Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Hakim, M. Ag., Wakil Rektor III IAIN Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I, Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto.
7. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., Dosen Pembimbing, terimakasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, pengarahan, dan dorongannya yang penuh kesabaran serta keikhlasan memberikan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.
8. Untuk segenap Dosen dan Staf karyawan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, terimakasih dan semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayah-nya.
9. Sudirman, Kepala Desa Purwosari Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas, beserta karyawan, dan Pengelola Pasar Tradisional Cerme, terimakasih atas

bantuan dan kerjasamanya, sehingga penulis mudah untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.

10. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mohon kepada Allah SWT, semoga jasa-jasa beliau akan mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya. Penulis juga memohon atas kritik dan saran terhadap segala kekurangan demi kesempurnaan skripsi ini di masa mendatang.

Purwokerto, 23 Desember 2019

Saya yang menyatakan,



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
E. Kajian Pustaka	10
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Teori Dampak	15
B. Minimarket.....	17
1. Pengertian Pasar Modern	17
2. Minimarket sebagai Pasar Modern	20
3. Perkembangan Minimarket di Indonesia	22
C. Pasar Tradisional	24
1. Pengertian Pasar	24
2. Pengertian Pasar Tradisional	29
3. Pedagang Pasar Tradisional	32
D. Dampak Minimarket bagi Pedagang Kecil	37

E. Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi Islam	39
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian	49
C. Subjek dan Objek Penelitian	50
D. Teknik Pengumpulan Data	51
E. Teknik Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	57
1. Gambaran Umum Pasar Tradisional Cerme Purwosari	57
2. Karakteristik Minimarket dan Pedagang di Pasar Cerme Purwosari	58
3. Kekurangan-Kelebihan Minimarket dan Pedagang Keci di Pasar Cerme Purwosari	63
B. Dampak Minimarket Terhadap Pedagang di Pasar Cerme Purwosari Kecamatan Baturraden	66
1. Dampak Negatif Kehadiran Minimarket terhadap Pedagang Pasar Cerme Purwosari	67
2. Dampak Positif Kehadiran Minimarket terhadap Pedagang Pasar Cerme Purwosari	74
C. Kehadiran Minimarket yang Berdampak pada Pedagang di Pasar Tradisional “Cerme” Purwosari Perspektif Ekonomi Islam	80
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran-Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran produk baik berupa barang maupun jasa yang alamiyah dan telah berlangsung sejak peradaban manusia. Pasar terdiri atas semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan dan keinginan tertentu yang sama, bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu. Dahulu, pasar merupakan tempat pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang-barang mereka. Istilah tersebut mengacu pada sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas produk atau kelas produk tertentu maka munculah istilah pasar kambing, pasar sapi, pasar perumahan dan lain-lain. Pelaku bisnis menggunakan istilah pasar untuk mengelompokkan pelanggan (Rivai, 2012: 19).

Seiring dengan pesatnya perilaku konsumtif masyarakat, menjadikan lahan usaha bagi para investor untuk menanamkan modalnya di bidang perdagangan, kini berkembang pesat pendirian minimarket yang pada dasarnya termasuk dalam toko modern. Makin banyaknya permintaan akan barang konsumsi, menjadikan pendirian minimarket di kota-kota besar mengalami peningkatan yang signifikan, sehingga pendiriannya pun disesuaikan dengan tempat yang memiliki kegiatan publik cukup padat. Salah satu tempat favorit yang digunakan untuk membangun minimarket ini adalah di dekat pasar tradisional yang memang memiliki magnet besar sebagai roda perekonomian.

Kehadiran minimarket di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Perdagangan eceran (*retail*) merupakan salah satu kegiatan sektor informal di bidang perdagangan yang sangat strategis di Indonesia. Besarnya kegiatan *retail*, baik yang skala besar maupun kecil mulai mudah dijumpai disetiap penjuru kota, baik di kawasan tengah kota maupun di pinggiran kota besar di Indonesia. Tingginya pertumbuhan penduduk di perkotaan menyebabkan berkurangnya lapangan pekerjaan di bidang formal. Hal inilah yang menyebabkan kegiatan

sektor informal untuk dijadikan sebagai alternatif lahan mata pencaharian bagi masyarakat (Iryanti, 2003: 16).

Kehadiran minimarket secara tidak langsung menuntut pedagang di pasar tradisional untuk dapat meningkatkan pelayanan serta membenahi fasilitas pada tokonya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini memungkinkan terdapatnya perubahan pada preferensi masyarakat untuk lebih memilih berbelanja di pedagang eceran dari pada berbelanja di minimarket. Aspek preferensi konsumen, biasanya mencakup tiga aspek, aspek yang pertama, yaitu *human resource*, terkait dengan pelayanan yang diberikan, aspek yang kedua yaitu *merchandise*, mencakup jumlah produk yang tersedia, keanekaragaman produk, dan keanekaragaman merek yang dijual dan aspek yang ketiga yaitu harga, terutama dalam kaitannya dengan harga yang murah.

Minimarket dalam peraturan perundang-undangan termasuk dalam pengertian “Toko Modern”. Peraturan mengenai toko modern diatur dalam perpres No.112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (Perpres 112/2007). Pengertian toko modern menurut pasal 1 angka 5 Perpres 112/2007 adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Departemen Store, Hypermart ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Setiap toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar serta jarak antara toko modern dengan pasar tradisioanal yang telah ada (Pasal 4 ayat (1) Perpres 112/2007).

Dalam hal penyediaan fasilitas pelayanan di pasar tradisional maupun toko modern, pihak yang paling berkompeten adalah pengelola pasar. Untuk pasar tradisional, pengelolaannya menjadi kompetensi pemerintah daerah (perusahaan milik daerah). Sedangkan untuk toko modern, pada umumnya dikelola oleh swasta. Hal-hal tersebut menyebabkan kondisi fasilitas sarana prasarana di pasar tradisional pada umumnya dalam kondisi terbatas dan memprihatinkan. Namun kondisi sebaliknya terjadi untuk toko modern, karena pengelola swasta lebih berorientasi pada kepuasan masyarakat konsumen, sehingga kelengkapan sarana dan prasarana pasar sangat diperhatikan.

Kehadiran pasar modern seperti minimarket, dianggap oleh berbagai kalangan telah menyudutkan keberadaan pasar tradisional di perkotaan. Berdasarkan hasil studi A.C. Nielsen pada tahun 2005, pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Hasil kajian Kementerian Koperasi dan UKM dengan PT Solusi Dinamika Manajemen pada tahun 2005, menunjukkan bahwa kehadiran pasar modern telah mengancam eksistensi pasar tradisional. Dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional adalah dalam penurunan omzet penjualan. Demikian pula hasil penelitian Solfres (2002) tentang perbandingan pasar tradisional (*wet market*) dengan pasar modern di Hongkong mengemukakan bahwa meskipun *wet market* tetap dominan, tetapi terjadi penurunan pangsa belanja konsumen *wet market* (Sarwoko, 2008). Hal tersebut merupakan sesuai yang sangat wajar, sebagaimana dalam artikel yang ditulis Aziz, *et.al.* (2019a), bahwa:

“Occurring of such kind of conflict is outstandingly customary for every affiliation. There are various ways by which these can be settled. The harmony making accept a noteworthy activity for the improvement of any industry. The most huge point for idea is to listen the negative and positive sides. At the point when the different sides gave their concentrations concerning the issue”.

Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Praktik ekonomi pada masa Rasulullah SAW dan Khulafaurrasyiddin menunjukkan adanya peranan pasar yang besar dalam pembentukan masyarakat Islam pada masa itu. Rasulullah SAW. Sangat menghargai harga yang dibentuk oleh mekanisme pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya suatu intervensi harga (*price intervention*) seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar, yaitu hanya karena pergeseran permintaan dan penawaran. Pasar tersebut mengharuskan moralitas dalam aktifitasnya, melalui persaingan yang sehat dan adil (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparancy*), dan keadilan (*justice*). Jika nilai-nilai ini ditegakkan maka tidak ada alasan dalam ekonomi Islam untuk menolak harga yang terbentuk oleh mekanisme pasar (Al-Arif, 2011: 175).

Persaingan dalam bisnis adalah hal yang alamiah, untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, tetapi persaingan bisnis dalam Islam harus dilakukan

dengan baik, baik dalam tujuannya maupun dalam caranya. Seperti yang dijelaskan dalam surat An-Nisa ayat 29, berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Karena itu, setiap kegiatan bisnis dalam Islam selalu memiliki etika yang harus dipedomani dan dijadikan dasar bisnis tersebut. Etika bisnis tersebut antara lain: Jujur atau amanah, tidak merugikan orang lain, keseimbangan pembagian keuntungan, keadilan dalam bisnis, dan memandang positif pesaing bisnis (Qardhawi, 1997: 56-57).

Menjamurnya *minimarket* pada satu sisi menunjukkan perkembangan perekonomian yang bagus. Pertumbuhan *minimarket* hingga ke daerah-daerah merupakan eksen dari kemajuan perekonomian Indonesia. Namun di sisi lain, gairah ekonomi itu ternyata memicu keresahan di kalangan pedagang pasar tradisional. Kehadiran ritel modern tersebut telah memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan pedagang kelontong. Tidak menutup kemungkinan, kondisi yang timpang tersebut juga berpotensi menumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial di antara para pelaku usaha khususnya pedagang kelontong dengan modal terbatas, dengan kondisi usaha yang semakin terpuruk bahkan bisa mati, menurut Sekjen APPSI Ngadiran pertumbuhan *minimarket* pada satu titik lokasi otomatis mematikan minimal 20 warung masyarakat sehingga menurut Ngadiran “Jika izin pendirian terus dikeluarkan maka kelangsungan hidup masyarakat paling bawah akan punah” (<http://www.bisnis-jatim.com>, pada tanggal 01 Januari 2019).

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu kabupaten yang menjadi sasaran tumbuh kembangnya *minimarket*, di seluruh pelosok Kabupaten Banyumas telah tumbuh berbagai jenis *minimarket*, baik *minimarket* waralaba maupun non waralaba, misalnya Alfamart, Indomaret, Indorizky, Dieng dan sebagainya. Salah satu pendukung pesatnya pertumbuhan *minimarket* di Kabupaten Banyumas karena merupakan kabupaten yang sedang berkembang,

pengaruh luar yang masuk ke dalam wilayah Kabupaten Banyumas secara tidak langsung berpengaruh terhadap perkembangan pola pikir masyarakat yang lebih menyukai hal-hal yang bersifat praktis (Lutfihana, dkk, 2011).

Berdasarkan data yang tercatat di Dinas Perdagangan Kabupaten Banyumas Tahun 2017. Ritel modern yang terdaftar pada dinas tersebut sebanyak 102 toko, 52 ritel waralaba milik PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dan 19 ritel waralaba milik PT. Indomarco Primastama dan 30 ritel modern milik pengusaha lokal yang tergolong ke dalam usaha skala kecil, menengah dan besar (Utami dan Cahyani, 2018). Lokasi *minimarket* di Kabupaten Banyumas tersebut tidak merata karena diketahui beberapa *minimarket* berlokasi terlalu dekat dengan *minimarket* lain maupun dengan pasar tradisional. Meskipun peraturan tentang jarak pasar modern dengan pasar tradisional sudah ditetapkan, tetapi tetap masih ada satu atau dua gerai yang tetap melanggar peraturan yang ada. Dalam penentuan lokasi gerai *minimarket* baru sebaiknya mempertimbangkan jarak terhadap *minimarket* dan pasar tradisional yang ada. Pengaturan jarak antar *minimarket* diperlukan agar pendiriannya tidak terlalu dekat satu sama lain sehingga mencegah timbulnya persaingan yang tidak sehat. Pengaturan jarak dengan lokasi pasar tradisional turut dijadikan pertimbangan karena apabila *minimarket* berlokasi terlalu dekat dengan pasar tradisional dikhawatirkan dapat mengganggu kelangsungan pasar tradisional mengingat saat ini masyarakat lebih memilih untuk berbelanja di pasar modern daripada pasar tradisional.

Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 3 Tahun 2010 tentang jarak pendirian minimarket dijelaskan tentang jarak minimarket berjarak paling sedikit 500 meter dari pasar tradisional, dan bertentangan dengan prinsip masalah dalam fiqh (*muamalah*) yang secara jelas dapat menghambat perekonomian pasar tradisional dan kemungkinan praktik monopoli dan persaingan harga. Untuk itu, pendirian minimarket tersebut sebaiknya diberi jarak terhadap pasar tradisional seperti yang telah tertulis dalam Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 3 Tahun 2010. Dengan adanya Peraturan daerah tersebut, diharapkan pendiriannya bisa mengacu pada Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 3 Tahun 2010, khususnya pendirian minimarket

Indomaret di Baturraden yang berdekatan dengan Pasar Tradisional Cerme Purwosari. Sehingga pendirian minimarket tersebut tidak menyalahi aturan pemerintah yang sudah dibuat.

Berdasarkan penelitian Lutfihana dkk. (2011), *Minimarket* di Kabupaten Banyumas tersebar hampir di seluruh Kabupaten Banyumas, baik *minimarket* pribadi maupun *minimarket* waralaba. Di beberapa kecamatan tidak ditemukan *minimarket*, yaitu di Kecamatan Somagede, Kecamatan Kalibagor, Kecamatan Purwojati, dan Kecamatan Gumelar, hal ini dikarenakan letak daerah tersebut yang kurang strategis dan terpencil, serta kurangnya penduduk yang bermukim di kecamatan tersebut karena sebagian besar wilayahnya masih berupa hutan dan berbukit-bukit. Salah satu lokasi *minimarket* di Kabupaten Banyumas adalah di salah satu pasar tradisional di Purwokerto, yaitu Pasar Cerme yang terletak di Desa Purwosari Kecamatan Baturraden. Padahal di pasar tradisional tersebut, terdapat banyak pedagang-pedagang kecil yang notabene menjual komoditi seperti yang dijual di *minimarket*, sehingga keberadaan *minimarket* tersebut berpotensi mempengaruhi eksistensi pedagang kecil di pasar Cerme tersebut.

Pasar Cerme adalah salah satu pasar yang berada di Kabupaten Banyumas, terletak di Desa Purwosari, Kecamatan Baturraden di Bagian Utara Purwokerto. Pasar Cerme berlokasi dekat dengan berbagai kampus besar di Purwokerto. Maka dari itu, selain masyarakat asli daerah sekitar para mahasiswa pun menjadi konsumen untuk pasar ini, dan bersebelahan juga dengan Sekolah Polisi Negara (SPN). Pasar Cerme ini berdiri sebelum berdirinya minimarket. Sebelah Utara dari Pasar Cerme terdapat Indomart, Alfamart, dan sebelah Barat pasar terdapat toko tetapi dengan manajemen modern (Toko Cerme). Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 3 Tahun 2010, dijelaskan tentang jarak minimarket berjarak paling sedikit 500 meter dari pasar tradisional. Sedangkan yang terjadi di dekat Pasar Cerme, Indomart yang berjarak sekitar 100 meter, Alfamart kurang dari 500m, Toko Cerme hanya jalan yang membatasi antara kedua ini. Dengan kondisi seperti ini tentunya persaingan di wilayah ini antara minimarket terhadap para pasar tradisional mengalami persaingan.

Permainan kata pun dilakukan untuk tetap berdirinya retail modern ini dengan mengubah nama menjadi toko.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik meneliti lebih lanjut terkait dengan dampak yang muncul dari keberadaan minimarket, baik itu dampak secara positif maupun dampak secara negatif terhadap pedagang di pasar tradisional Cerme Purwosari, dengan mengambil judul penelitian: “Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pedagang Pasar Tradisional “Cerme” Purwosari Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas”.

B. Definisi Operasional

1. Dampak Minimarket

Dampak berarti suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat suatu aktivitas. Dampak dapat bersifat biofisik, dapat juga bersifat sosial-ekonomi dan budaya. Banyak faktor yang mempengaruhi penentuan apakah dampak itu baik (positif) atau buruk (negatif). Salah satu faktor penting dalam penentuan itu ialah apakah seseorang diuntungkan atau dirugikan oleh sebuah proyek pembangunan tertentu (Soemarwoto, 1990: 43-57).

Adapun *Minimarket*, dalam peraturan perundang-undangan termasuk dalam pengertian “Toko Modern”, menurut Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, yaitu toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Department Store*, *Hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Setiap toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar serta jarak antara toko modern dengan pasar tradisional yang telah ada. Maruf (2005: 84), memberi pengertian minimarket adalah: “Toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan permukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko atau warung”.

Dampak minimarket dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan perubahan sosial ekonomi pedagang. Dampak Sosial berkenaan dengan

perilaku interpersonal, atau yang berkaitan dengan proses sosial. Dampak ekonomi berkenaan dengan gejala bagaimana cara orang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka terhadap barang dan jasa (Damsar dan Indrayani, 2015: 10). Dampak sosial ekonomi minimarket terhadap pedagang pasar tradisional dapat dilihat dari sisi positif dan negatif sehingga dapat lebih berimbang dalam memberikan penilaian.

2. Pedagang Pasar Tradisional

Dalam *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007*, pedagang diartikan sebagai orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan dan kenyamanan sehingga yang disebut dengan pedagang pasar tradisional adalah para pedagang atau penjual yang ada di sekitar pasar, ada pedagang kaki lima, pedagang buah-buahan dan lain-lain. Kontjaraningrat (2009: 5), menjelaskan pasar tradisional sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi atau tawar menawar penjual dan pembeli secara langsung, bangunan terdiri dari kios-kios atau gerai, akses lebih luas bagi para produsen dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun sesuatu pengelola pasar.

3. Pasar Tradisional “Cerme” Purwosari Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas

Pasar Cerme yang dimaksud dalam penelitian ini adalah salah satu pasar tradisional yang ada di Purwokerto, lebih tepatnya beralamat di Jl. Letjen Polisi Sumarto, Purwanegara, Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53127.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan definisi operasional di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan, sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak kehadiran minimarket terhadap pedagang di Pasar Tradisional “Cerme” Purwosari Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas?
2. Bagaimana analisis ekonomi Islam terhadap kehadiran minimarket yang berdampak pada pedagang di Pasar Tradisional “Cerme” Purwosari Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak kehadiran minimarket terhadap pedagang di Pasar Tradisional “Cerme” Purwosari Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.
- b. Untuk menganalisis berdasarkan ekonomi Islam terhadap kehadiran minimarket yang berdampak pada pedagang di Pasar Tradisional “Cerme” Purwosari Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

- a. Secara teoritis, merupakan suatu sumbangsih pemikiran dalam menambah pembendaharaan kajian ekonomi, khususnya dalam kajian pasar tradisional dan pasar modern.
- b. Secara praktis, penelitian semoga bermanfaat kepada:
 - 1) Pedagang kecil, dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi sebuah bahan refleksi diri dalam melihat tantangan dengan berdirinya *minimarket*.
 - 2) Lembaga, dalam hal ini pemerintah daerah untuk lebih menekankan regulasi yang baik, supaya berdirinya *minimarket* tidak mematikan pedagang kecil di sekitarnya.

- 3) Peneliti, diharapkan penelitian ini bisa menjadi salah satu alternatif rujukan dalam pengembangan kajian ekonomi khususnya dalam kajian pasar tradisional dan pasar modern.

E. Kajian Pustaka

Penelitian tentang dampak kehadiran minimarket terhadap pedagang pasar tradisional, bukanlah suatu yang baru. Meskipun demikian, nampaknya belum ditemukan penelitian yang secara spesifik dikaji dari segi hukum ekonomi Islam. Penulis menemukan beberapa penelitian yang memiliki kemiripan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

Pertama, penelitian dilakukan oleh Much. Nashiruddin (2012), berjudul “Dampak Keberadaan Indomaret Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong di Pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo”. Berdasarkan analisis data yang diperoleh kesimpulan bahwa: mengenai dampak keberadaan Indomaret terhadap pendapatan pedagang kelontong di pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo bahwa adanya dampak negatif bagi pedagang yaitu mayoritas pedagang kelontong menyatakan penurunan pendapatan setelah adanya Indomaret hal tersebut terbukti dengan jumlah komoditas barang yang di beli semakin menurun. Adapun masalah ini dalam pandangan Islam bahwa Keberadaan Indomaret dengan jarak dekat dengan pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo melanggar peraturan pemerintah, karena peraturan tersebut bertujuan sebagai kemaslahatan untuk melindungi pedagang kecil. Keberadaan Indomaret menyebabkan persaingan yang tidak adil dan merugikan bagi mayoritas pedagang kelontong.

Kedua, penelitian yang dilakuka oleh Juanda Yusuf Al Hudan (2016) dengan judul: “Dampak Sosial Ekonomi Berdirinya *Minimarket* Terhadap Toko Kelontong di Sekitarnya (Analisis Deskriptif Toko Kelontong di Jl. Ir. Sutami dan Jl Kartika Jebres)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan *minimarket* memberikan dampak positif maupun negatif. Dampak positif yang timbul berupa munculnya kreativitas dan inovasi dari pedagang yang terdapat dalam perubahan cara hidup dan munculnya kelompok-kelompok sosial dalam lingkup pedagang toko kelontong yang saling memberi dukungan

untuk bertahan dari gempuran *minimarket*. Selanjutnya dampak negatif berupa memunculkan kekhawatiran dalam berusaha, serta menimbulkan penurunan pendapatan yang signifikan.

Ketiga, penelitian Wita Dwika Listihana, Afvan Aquino & Arizal (2014), berjudul: “Dampak Keberadaan *Minimarket* Terhadap Modal Kerja dan Pendapatan Warung Tradisional di Kecamatan Rumbai dan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru”. Penelitian ini menjelaskan bahwa dampak dari maraknya keberadaan *minimarket* telah menurunkan modal kerja warung tradisional di Kecamatan Rumbai dan Rumbai Pesisir dengan rata-rata sebesar Rp 232.400/hari. Dampak dari maraknya keberadaan *minimarket* telah menurunkan pendapatan warung tradisional di Kecamatan Rumbai dan Rumbai Pesisir rata-rata sebesar Rp 64.200/hari. Adapun jumlah warung yang mengalami penurunan pendapatan adalah sebanyak 10 warung atau sebesar 25% responden dan tutupnya satu warung tradisional karena pendapatan menurun secara signifikan.

Keempat, penelitian Restu Frida Utami dan Putri Dwi Cahyani (2018) tentang “Analisis Persaingan Bisnis Ritel Modern Skala Kecil Di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah”. Penelitian ini mengkaji dan menganalisis tentang persaingan bisnis ritel modern skala kecil dengan tujuan mengidentifikasi karakteristik bisnis ritel, pesaing usaha, dan faktor persaingan bisnis ritel modern skala kecil di Kabupaten Banyumas. Metode analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah ritel modern yang tergolong skala kecil di Kabupaten Banyumas. Penentuan sampel dilakukan secara *convenience random sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui kuesioner, wawancara serta observasi dan data sekunder.

Untuk lebih jelasnya terkait penelitian-penelitian terdahulu penulis gambarkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1
Matrik Penelitian Terdahulu

Nama & Judul Penelitian	Hasil penelitian	Persamaan dan perbedaan
Nashiruddin (2012): “Dampak Keberadaan Indomaret Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong di Pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo”	Dampak negatif keberadaan Indomaret terhadap pendapatan pedagang kelontong di pasar Cuplik, yaitu mayoritas pedagang kelontong menyatakan penurunan pendapatan setelah adanya Indomaret hal tersebut terbukti dengan jumlah komoditas barang yang di beli semakin menurun	Persamaan pada variabel penelitian yaitu dampak keberadaan <i>minimarket</i> terhadap pedangan kelontong Perbedaan: 1. Perbedaan lokasi penelitian 2. Variabel Perspektif Ekonomi Islam 3. Indikator hanya fokus pada Indomaret dan Pedagang Kelontong
AlHudan (2016): “Dampak Sosial Ekonomi Berdirinya <i>Minimarket</i> Terhadap Toko Kelontong Di sekitarnya (Analisis Deskriptif Toko Kelontong di Jl Ir Sutami dan Jl Kartika Jebres)”	Keberadaan <i>minimarket</i> memberikan dampak positif maupun negatif. Dampak positif yang timbul berupa munculnya kreativitas dan inovasi Selanjutnya dampak negatif berupa memunculkan kekhawatiran dalam berusaha, serta menimbulkan penurunan pendapatan yang signifikan.	Persamaan pada variabel dampak <i>minimarket</i> terhadap toko kelontong Perbedaan: 1. Perbedaan lokasi penelitian 2. Indikator dampak sosial dan ekonomi sedangkan penelitian ini pada dampak positif dan negatifnya
Listihana, Aquino & Arizal (2014): “Dampak Keberadaan <i>Minimarket</i> Terhadap Modal Kerja dan Pendapatan Warung Tradisional di Kecamatan Rumbai dan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru”	Penelitian ini menjelaskan bahwa dampak dari maraknya keberadaan <i>minimarket</i> telah menurunkan modal kerja warung tradisional di Kecamatan Rumbai dan Rumbai Pesisir dengan rata-rata sebesar Rp 232.400/hari. Dampak dari keberadaan <i>minimarket</i> telah menurunkan pendapatan warung tradisional di Rumbai dan Rumbai Pesisir rata-rata sebesar Rp 64.200/hari.rintisan bisnis online murni berskala mikro	Persamaan Variabel Penelitian tentang dampak <i>minimarket</i> terhadap pedagang Perbedaan 1. Lokasi penelitian 2. Indikator modal kerja dan pendapatan warung tradisional, sedangkan penelitian ini menggunakan indikator omzet pedagang, pola konsumen, jumlah konsumen
Utami dan Cahyani (2018): “Analisis Persaingan Bisnis	Persaingan usaha di Banyumas terjadi pada tiga kategori,yaitu persaingan antara sesama ritel	Persamaan pada variabel <i>minimarket</i> /retail modern di Kabupaten Banyumas

Ritel Modern Skala Kecil Di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah”	modern skala kecil, ritel modern skala kecil dengan pasar tradisional, dan ritel modern skala kecil dengan minimarket waralaba dan supermarket. Faktor persaingan usaha ritel modern skala kecil masih berfokus pada variabel harga dan barang dagangan. Variabel lainnya seperti ketersediaan fasilitas dan tampilan toko, serta kegiatan promosi belum menjadi faktor yang diperhatikan dalam persaingan.	Perbedaan : 1. Variabel Persaingan Usaha, sedangkan penelitian ini adalah Dampak kehadiran minimarket. 2. Variabel Ekonomi Islam 3. Indikator tentang persaingan usaha, harga dan barang dagangan
---	---	--

Berdasarkan beberapa penelitian yang penulis sajikan di atas, tidak ada yang memiliki kesamaan persis dengan judul penelitian yang penulis lakukan. Dalam penelitian ini, fokus penelitian penulis adalah mendeskripsikan dan menganalisa dampak *minimarket* terhadap pedagang pasar tradisional di Pasar Cerme Purwosari Kecamatan Baturraden, yang kemudian dianalisis menggunakan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penyusunan, maka dalam skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut: *Pertama*, bagian awal atau halaman formalitas yang meliputi: halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, abstrak, abstract, motto, persembahan, kata pengantar, pedoman transliterasi dan daftar isi.

Kedua, Bagian Inti terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu:

Bab pertama, adalah pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian atau rumusan masalah, definisi operasional, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan diakhiri dengan sistematika pembahasan.

Bab kedua membahas kajian teori atau kerangka konseptual, yang berisi: pengertian dampak, teori pasar tradisional, *minimarket*, pedagang pasar

tradisional, dampak minimarket bag pedagang kecil, dan mekanisme pasar dalam ekonomi Islam.

Bab ketiga merupakan metode penelitian yang mengurai tentang jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab keempat pembahasan hasil penelitian, yang berisi pemaparan data-data dari hasil penelitian tentang gambaran umum Pasar Cerme Purwosari Kecamatan Baturraden. Selain itu, bab ini juga membahas hasil penelitian dan analisa dari fokus permasalahan penelitian.

Bab kelima adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan atau jawaban atas rumusan masalah pada penelitian ini, dan saran-saran.

Ketiga, Bagian akhir dari skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan terkait dampak keberadaan minimarket terhadap pedagang di Pasar Tradisional Cerme Purwosari Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas, maka penulis menarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Dampak keberadaan minimarket terhadap pedagang di Pasar Tradisional Cerme Purwosari Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas, terbagi menjadi dua, yakni dampak negatif dan dampak positif. Dampak tersebut merupakan sebuah akibat dari adanya minimarket di Pasar Cerme Purwosari Kecamatan Baturraden. Dampak bagi pedagang di sekitar Pasar Cerme memang lebih merasakan adanya dampak negatif dari adanya minimarket, seperti dari pola kegiatan usaha, jumlah konsumen yang berkurang, dan berimbas pada pendapatan pedagang yang juga mengalami pengurangan. Konsumen lebih banyak berbelanja produk dan barang di minimarket. Tetapi konsumen tetap memilih berbelanja keperluan dapur di Pasar Cerme dikarenakan harga yang lebih murah. Dengan alasan kenyamanan dan pelayanan sehingga konsumen lebih suka berbelanja di minimarket. Namun demikian, tidak menutup kemungkinan bahwa dampak positif juga dirasakan oleh pedagang di sekitar Pasar Cerme, walaupun imbasnya tidak terlalu terasa, tapi memang ada dampaknya. Sebagai misal, muncul ide dari pedagang untuk kembali menata barang dan menjaga kebersihan barang dagangan sebagai dampak yang ia rasakan. Selain itu, juga adanya penambahan barang baru untuk diperjualbelikan. Adapun beberapa faktor yang menjelaskan dampak keberadaan minimarket yang berdekatan dengan Pasar Tradisional Cerme, yaitu: *Pertama*, harga yang ditawarkan minimarket banyak memberi potongan harga yang membuat harga barang tersebut relatif lebih murah. *Kedua*, minimarket memiliki fasilitas yang lebih, seperti AC,

lemari pendingin dan musik yang membuat konsumen merasa betah untuk belanja di tempat tersebut. *Ketiga*, minimarket memiliki keanekaragaman produk, sehingga konsumen lebih senang memilih produk yang diinginkan. *Keempat*, dan yang paling penting adalah pelayanan terhadap konsumen, pramuniaga memberikan pelayanan yang sangat bagus, misalnya: kesopanan, penyambutan, sampai dengan mencarikan barang yang diinginkan oleh konsumen.

2. Analisis ekonomi Islam terhadap kehadiran minimarket yang berdampak pada pedagang di Pasar Tradisional “Cerme” Purwosari Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas memandang bahwa Islam sangat mendukung aktivitas perdagangan ini. Islam tidak melarang kebebasan dan berkreasi dalam melakukan usaha, namun dalam hal kompetisi haruslah dengan persaingan yang sehat. Ekspansi yang dilakukan minimarket merupakan bentuk monopoli, karena minimarket memiliki induk perusahaan yang memiliki anak-anak perusahaan di bawahnya yang menjual produk mereka di perusahaan sendiri. Kehadiran minimarket yang berdekatan atau berada di dalam pasar tradisional bertentangan dengan peraturan perundang-undangan juga bertentangan dengan unsur persaingan usaha yang diajarkan oleh Islam, yaitu tidak memperhatikan pihak-pihak pesaing lainnya dan dari segi cara bersaing yang menyebabkan kerugian dalam bentuk penurunan pendapatan bagi pesaingnya, yaitu pedagang pasar tradisional. Sistem perdagangan yang dijalankan minimarket sudah memasuki sistem kapitalisme, yaitu memberikan keleluasaan kepada pemilik modal untuk menjalankan perekonomian yang bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya. Hal ini bertentangan dengan sistem ekonomi Islam, yang menerangkan bahwa didalam sistem perdagangan hendaknya tidak saling merugikan satu sama lain.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan kepada Pemerintah lebih memperhatikan pedagang pasar tradisional dengan cara memberikan pelatihan mengenai pengelolaan usaha dan memperketat peraturan mengenai jarak dan adanya *minmarket* agar mereka tidak semena-mena mendirikan *minimarket*, serta menindak lanjuti bagi perusahaan atau perorangan yang melanggarnya sehingga mampu bertindak adil terhadap pedagang di pasar tradisional dan *minimarket*. Selain itu, pemerintah diharapkan mempercepat program nasional revitalisasi pasar tradisional sebagai pasar modern untuk rakyat.
2. Kepada pedagang pasar tradisional disarankan agar lebih memperhatikan usaha peningkatan dan perbaikan pelayanan, menjaga kebersihan dan kenyamanan pasar, membuat dagangannya lebih menarik secara fisik, dan menjamin agar kualitas barang yang dijualnya sesuai dengan harga. Sikap terbuka atau jujur terhadap konsumen atau pembeli harus dijaga. Di samping itu, perlu juga memperhatikan perilaku pembeli serta kritik dari para pembeli.
3. Sebaiknya sesama pedagang pasar tradisional membentuk kelompok atau mengorganisir diri. Dengan membentuk kelompok atau organisasi maka para pedagang pasar tradisional lebih memiliki kekuatan untuk mengusulkan kepada pemerintah untuk membatasi pendirian *minimarket*.
4. Bagi pemilik dan manajer *minimarket*, diharapkan mematuhi peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan oleh pemerintah mengenai jarak pendirian *minimarket* demi kemaslahatan masyarakat umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M.N.R. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Solo: Era Adicipta Intermedia.
- al-Asqalani, I.H. 1995. *Bulugul Maram*. Beirut: Darul Kitab.
- Anwar, M. J. 2016. *Pedoman Praktis Penelitian*. Jakarta: Pro Deleader.
- Anwar, S. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- as-Šawī, Š. & al-Muslih, ‘A. 2008. *Ma La Yasa’ at-Tajira Jahluhu*, alih bahasa: Abu Umar Basyir. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta: Darul Haq.
- Aziz, F.A. 2012. *Manajemen dalam Perspektif Islam*. Majenang: Pustaka El-Bayan.
- _____, *et.al.* 2019. “Study of Conflict Management Skills: A Bridge between Multiple System for Meeting Industrial Excellence”. *Test Engineering & Management*. ISSN: 0193-4120 Volume 81 Page No. 575- 578 November-December.
- _____, 2019. “Fiqih Ibadah Versus Fiqih Muamalah”. *el-Jizya*. Vol. 7 No. 2 Juli-Desember.
- Chourmain, I. 1994. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Dirjen Dikti Depdikbud.
- Damsar & Indrayani. 2015. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Departemen Agama RI. 2002. *Al-Qur’an Dan Terjemahnya*. Semarang: Karya Toha Putra.
- Diana, I.N. 2008. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Malang: UIN Malang Press.
- Fauzia, I.Y., dkk. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid al-Syari’ah*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Hadi, S. 2010. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hoetoro, A. 2007. *Ekonomi Islam (Pengantar Analisis Kesejarahan dan Metodologi)*. Malang: FE-Universitas Brawijaya.
- Hosio, JE. 2007. *Kebijakan Publik dan Desentralisasi*. Yogyakarta: Laksbang.
- Iryanti, R. 2003. *Pengembangan Sektor Informal sebagai Alternatif Kesempatan Kerja Produktif*. Jakarta: UI Press.
- Islamy, I. 2001. *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Iswi, H., dkk. 2011. *Sukses Bisnis Ritel Modern*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Karim, A.A. 2006. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: IIT Indonesia.
- Kensil, C.S.T. dan Kansil, C.S.T. 2008. *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kontjaraningrat. 2009. *Pengantar Ilmu Antropologi. Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Lady. 2016. "Society". *Jurnal Ilmu Sosial & Pengelolaan Sumberdaya Pembangunan* Vol. 2. Februari.
- Listihana, W.D., Aquino, A. & Arizal, 2014. "Pengaruh Keberadaan *Minimarket* Terhadap Modal Kerja dan Pendapatan Warung Tradisional di Kecamatan Rumbai dan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru". *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 11, No. 1, Maret.
- Lutfihana, dkk. 2018. "Analisis Spasial *Minimarket* di Kabupaten Banyumas Tahun 2011". jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/geografi/article/view/4487, diakses tanggal 16 Februari.
- Maruf, H. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Marina, S. & Setyono, J.S. 2012. "Kajian Perkembangan dan Lokasi *Minimarket* di Kawasan Tembalang" *jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota* Volume 8 (2).
- Martinus, Handy. "Analisis Industri Retail Nasional", dalam *Jurnal Humaniora*. Vol.2 No.2 Oktober 2011.
- McEachern, W.A. 2000. *Ekonomi Makro Pendekatan Kontempore*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, L.J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution S. 1988. *Metodologi Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nasution, M.E. 2006. *Pengenalan Ekseklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Nurdiani. 2010. *Rupiah Meriah dari Bisnis Minimarket*. Jakarta.
- Sumarwoto, O. 1998. *Analisis Dampak Lingkungan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Peraturan Daerah Banyumas Nomor 3 Tahun 2010 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional.
- Peraturan Menteri Perdagangan R.I. No. 70/MDAG/PER/12/2013 Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

- Perpres No. 112 Tahun 2007, *Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*, Lembaran Negara Presiden Republik Indonesia, 2007.
- Prasetya, M.A. & Faizah, L. 2016. “Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo”. *JKMP* Vol. 4, No. 2 September.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. 2012. *Ekonomi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Qal’ahji, M.R. 1981. *Muasu’ah Fiqhi Umar Ibnil Khathab ra*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Qardhawi, Y. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Rivai, V. 2012. *Islamic Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rozalinda. 2015. *Ekonomi Islam:Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rusno. 2015. “Dampak Pesatnya Mini Market Waralaba Terhadap Usaha Kecil (Jenis Ritel)”. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. Fakultas Ekonomi-Universitas Kanjuruhan Malang.
- Sarwoko, E. 2008. “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional”. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. Volume 4 Nomor 2 Juni.
- Sholahuddin, M. 2007. *Asas-Asas Ekonomi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Singarimbun, M. & Sofian, E. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Midas Surya Grafindo.
- Soemarwoto, O. 1990. *Analisis Dampak Lingkungan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Soliha, E. 2008. “Analisis Industri Ritel Di Indonesia”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. September.
- Stanton, W.J. 1993. *Prinsip Pemasaran*. Terj. Yohanes Lamanto. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. 2013. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sulistyowati, D.Y. 1999. “Kajian persaingan Pasar Tradisional dan Pasar Swalayan Berdasarkan Pengamatan Perilaku Di Kota Bandung”. *Skripsi*. ITB Bandung.
- Suryabrata, S. 1998. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Tangkilisan, H.N. 2003. *Evaluasi Kebijakan Publik, Penjelasan, Analisis dan Transformasi Pikiran Nogel*. Yogyakarta: Balairung dan Co.

Umar, H. 1997. *Studi kelayakan Bisnis Edisi-3: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil.

Utami, R.F. & Cahyani, P.D. 2018. "Analisis Persaingan Bisnis Ritel Modern Skala Kecil Di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*. ISSN: 2442-8310. Vol. 2 No. 02, September.

LAMPIRAN

**PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN
DENGAN PEDAGANG PASAR CERME PURWOSARI**

1. Bagaimana tanggapan bapak/ibu saat mengetahui hadirnya minimarket di sekitar Pasar Cerme Purwosari?
2. Sejak munculnya minimarket di sekitar Pasar Cerme Purwosari? Menurut bapak/ibu adakah pelanggan tetap di toko eceran/grosir ini yang beralih berbelanja ke minimarket?
3. Menurut bapak/ibu apakah barang-barang yang dijual mengalami penurunan omset setelah hadirnya minimarket di sekitar Pasar Cerme Purwosari?

Seperti :

Beras	Gula pasir	Minyak goreng
Susu	Telur	Jajanan ringan
Mie instan	Shampo	Sabun mandi
Gas	Rokok	Detergen

4. Menurut bapak/ibu, apakah promosi melalui potongan harga yang dilakukan minimarket di sekitar Pasar Cerme Purwosari mempengaruhi pendapatan bapak/ibu?
5. Menurut bapak/ibu, apakah promosi melalui brosur dan pemberian bonus yang dilakukan minimarket di sekitar Pasar Cerme Purwosari mempengaruhi pendapatan bapak/ibu?
6. Menurut bapak/ibu apakah kehadiran minimarket berdampak serius terhadap pendapatan usaha bapak/ibu?
7. Menurut bapak/ibu berdampak positif atau negatifkah keberadaan minimarket di sekitar Pasar Cerme Purwosari bagi usaha bapak/ibu?
8. Menurut bapak/ibu berapa persen jumlah pendapatan bapak/ibu jika meningkat atau menurun baik sebelum maupun sesudah adanya minimarket di sekitar Pasar Cerme Purwosari?
9. Berapakah jumlah pendapatan bapak/ibu sebelum adanya minimarket di sekitar Pasar Cerme Purwosari?
10. Berapakah jumlah pendapatan bapak/ibu sesudah adanya minimarket di sekitar Pasar Cerme Purwosari?
11. Strategi apa yang dilakukan oleh bapak/ibu dalam mengatasi dampak yang ditimbulkan dari kehadiran minimarket di sekitar Pasar Cerme Purwosari?

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara dengan Sudirman, Sekertaris Desa Purwosari



Wawancara dengan Bambang, Manajer Minimarket Toko Cerme



Wawancara dengan Anto Budiono, Pedagang Pasar Cerme Purwosari



Wawancara dengan Aminah, Pedagang Pasar Cerme Purwosari



Wawancara dengan Nur Aliyah, Pedagang Pasar Cerme Purwosari



Wawancara dengan Darisah, Pedagang Pasar Cerme Purwosari

DAFTAR PEDAGANG DI LOS PASAR CERMAI
DESA PURWASARI KECAMATAN BATURRADEN KABUPATEN BANYUMAS

No.	Nama Pedagang	Alamat	Blok	Ukuran	Pagu Sewa lama	Pagu sewa baru
1	2	3	4	5	6	7
1	MANIS	PURWANEGARA	A.1	1,5 X 2,0 M	360,000	450,000
2	DARIWEN / AAN	SUMAMPIR	A.2	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
3	SIKUN / TARKAM	KARANGMANGU	A.3	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
4	DARIWEN	ARGAWINANGUN	A.4	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
5	SIMUS	PLIKEN	A.5	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
6	GUTENG	PURWANEGARA	A.6	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
7	DARSUN	KARANG NANAS	A.7	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
8	DARMAN	PURWANEGARA	A.8	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
9	KASINAH	KARANGPUCUNG	A.9	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
10	KAISEM / SARIYA	PURWANEGARA	A.10	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
11	SINEM / SARINAH	PURWASARI	A.11	1,5 X 0,5 M	90,000	112,500
12	KENDAR	PURWANEGARA	A.12	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
13	RASIWEN	PURWASARI	A.13	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
14	RUMINAH	KEMUTUG	A.14	1,0 X 1,0 M	120,000	150,000
					2,550,000	3,187,500

No.	Nama Pedagang	Alamat	Blok	Ukuran	Pagu Sewa lama	Pagu sewa baru
1	2	3	4	5	6	7
15	SODIAH	PURWANEGARA	B.1	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
16	KARTEM	PURWASARI	B.2	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
17	KASINAH	KARANGPUCUNG	B.3	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
18	ANDI SUHADIONO	PURWANEGARA	B.4	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
19	MANIS	PURWASARI	B.5	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
20	HABIBAH	KUTALIMAN	B.6	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
21	YUSRI FARHAN	PASIR	B.7	1,5 X 2,0 M	360,000	450,000
22	SURATMI	BANCARKEMBAR	B.8	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
23	REDIANTO	PURWANEGARA	B.9	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
24	WARHAN	PASIR	B.10	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
25	DARISAH	JIPANG	B.11	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
26	DARISAH	KARANGSALAM	B.12	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
27	SUNARKO	PURWASARI	B.13	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
28	KUSWATI	PURWASARI	B.14	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
29	SOBIRIN	PURWASARI	B.15	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
30	TRISNO	PURWANEGARA	B.16	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
	JUMLAH				5,670,000	10,275,000

No.	Nama Pedagang	Alamat	Blok	Ukuran	Pagu Sewa lama	Pagu sewa baru
1	2	3	4	5	6	7
31	SUMARTO	PURWASARI	C.1	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
32	SARJUN	KARANGGUDE	C.2	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
33	RAWEN	SUMAMPIR	C.3	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
34	TEGUH	KUTASARI	C.4	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
35	YANTO	PASIR	C.5	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
36	KASIDI	PURWANEGARA	C.6	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
37	RISTAM	JIPANG	C.7	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
38	DARISAH	JIPANG	C.8	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
39	NARITEM	JIPANG	C.9	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
40	WATI	TAMBAKSARI	C.10	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
41	KHUDIYANTO	PLIKEN	C.11	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
42	WARTINI	PANCURAWIS	C.12	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
43	MARSUDI/RAWEN	REMPOAH	C.13	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
44	SUTIKNO	KARANGGUDE	C.14	1,5 X 2,0 M	360,000	450,000
45	LATEM	SUMAMPIR	C.15	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
46	KARSIDAH	PURWASARI	C.16	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
47	SRI NUR HERI.Y	BEJI	C.11.B	1,5 X 2,0 M	360,000	450,000
	JUMLAH				5,490,000	17,137,500

No.	Nama Pedagang	Alamat	Blok	Ukuran	Pagu Sewa lama	Pagu sewa baru
1	2	3	4	5	6	
106	NAIPAH	PURWASARI	G,1	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
107	TIAH	KEBOCORAN	G,2	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
108	SAIRUN	PURWASARI	G,3	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
109	LASMINI	REMPOAH	G,4	1,5 X 1,0 M	180,000	225,000
110	PARINAH NY ASMA	PURWASARI	G,5	1,5 X 2,0 M	360,000	450,000
111	PARINAH.B	PURWASARI	G,6	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
112	SUTIRAH	KENITEN	G,7	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
113	SUGENG RIYANTO	KUTALIMAN	G,8	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
					2,700,000	3.375.000

113	IRSYAD	JIPANG	H,1	1,5 X 2,0 M	360,000	450,000
114	WARYATI	PASIR	H,2	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
115	RASMINI	KARANGNANGKA	H,3	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
116	NARSITI	PURWASARI	H,4	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
117	SUMARNI	KALISARI	H,5	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
118	WARNI	KR.NANGKA/PWS	H,6	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
					2,520,000	3,150,000

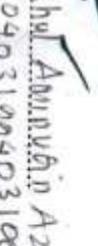
No.	Nama Pedagang	Alamat	Blok	Ukuran	Pagu Sewa lama	Pagu sewa baru
1	2	3	4	5	6	
119	NAIPAH	PASIR	I,1	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
120	SITI	PASIR	I,2	1,5 X 4,5 M	810,000	1,012,500
121	WARNI	PURWASARI	I,3	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
122	SAMSIYAH	KARANGNANGKA	I,4	1,5 X 2,0 M	360,000	450,000
123	SUWARNO	PLIKEN	I,5	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
124	SUWARTI	PURWASARI	I,6	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
125	MUG RIYANTI	BEJI	I,7	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
	JUMLAH				3,060,000	3,825,000
126	MS. AZIS	PURWASARI	J,1	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
127	YANTO	KENITEN	J,2	1,50 X 3,0 M	540,000	675,000
128	EKO SUPRIYATI	PURWASARI	J,3	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
129	SAMTO/MARDIYAH	PURWOKERTO	J,4	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
					2,160,000	2,700,000

No.	Nama Pedagang	Alamat	Blok	Ukuran	Pagu Sewa lama	Pagu sewa baru
1	2	3	4	5	6	
130	NALAM/WALYATI	PURWASARI	K,1	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
131	MUKINI	KARANGNANGKA	K,2	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
132	MURTINI	KEBUMEN	K,3	1,5 X 1,0 M	170,000	225,000
133	MURTINI	KEBUMEN	K,4	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
134	SITI	KEBUMEN	K,5	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
135	SRI HARYANI	KARANGPUCUNG	K,7	1,5 X 2,6 M	420,000	525,000
136	DAREM	KARANGPUCUNG	K,8	1,5 X 2,8 M	450,000	562,500
137	KARIWEN	PURWOSARI	K,9	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
138	KARIWEN	PURWOSARI	K,10	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
139	RASILAH/KARSILAH	PURWASARI	K,11	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
140	KARSO	KARANGPUCUNG	K,12	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
141	JAH PULAROMAW	KARANGGUDE	K,13	1,5 X 1,5 M	270,000	337,500
142	KARISAH	MERSI	K,14	1,5 X 2,0 M	360,000	450,000
143	SUJIMAH	PRATIN	K,15	1,5 X 3,0 M	540,000	675,000
	JUMLAH				4,370,000	5,475,000

BLANKO/KARTU BIMBINGAN

Nama :
 NIM :
 Smt./Prodi :
 Dosen Pembimbing :
 Judul Skripsi :

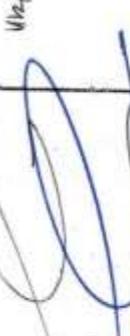
Febril Muliansari
 1323203048
 IIS / Ekonomi Syariah
 Dr. H. Fathul Aminudin Azis, MM.
~~Pengaruh Minimarket terhadap Perangang Ekonomi Syariah~~
~~Pengaruh Minimarket terhadap Perangang Pasar Transisi~~
 Pengaruh Minimarket terhadap Perangang Pasar Transisi "Cemane" Purwokerto (Studi Kasus: Perangang Pasar Transisi "Cemane" Purwokerto)

No.	BULAN	HARI/ TANGGAL	MATERI BIMBINGAN *)	TANDA TANGAN	
				PEMBIMBING	MAHASISWA
1.	November	Paku / 1 / 2019	Membuat form jurnal		
2.	Desember	Senin / 4 / 2019	Revisi form jurnal		
3.	Februari	Senin / 12 / 2018	Pengertian jurnal dari kuantitatif ke kualitatif		
4.	Maret	Paku / 7 / 2018	Revisi kagran pustaka		
5.	April	Senin / 16 / 2018	Acc semprep		
6.	Mei	Senin / 21 / 2018	Revisi hasil semprep		

*Diisi Pokok-pokok Bimbingan
 **Diisi Setiap Selesai Bimbingan

Purwokerto, 1 November 2019
 Pembimbing,

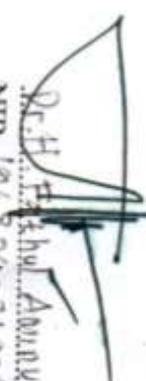

 Dr. H. Fathul Aminudin Azis, MM
 NIP. 196509031994031004

No.	BULAN	HARI/ TANGGAL	MATERI BIMBINGAN *)	TANDA TANGAN	
				PEMBIMBING	MAHASISWA
3.	Julii	Senin / 2 / 2018	Langut bab I - IV		P
2.	Desember	Selasa / 4 / 2018	Revisi Bab I, Teori, Hygman		P
1.	Desember	Rabu / 19 / 2018	Revisi form		P
No.	November Desember	Selasa / 26 / 2018	Revisi form, Revisi Teori		P
#	Desember	Selasa / 17 / 2019	Revisi form Revisi form dan Formalitas		P
No.	Januari	Selasa / 31 / 2019	Acc Munagsoh		P

* Diisi Pokok-pokok Bimbingan

** Diisi Setiap Selesai Bimbingan

Purwokerto, 31 Desember 2019
 Pembimbing,


 Dr. H. H. Anwarudin Azis, MM
 NIP. 196309031994031004

DAFTAR RIWAYAT H IDUP

Identitas Diri

Nama : **FEBRI WULANSARI**
NIM : 1323203048
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Tempat/Tgl Lahir : Pemalang, 2 Februari 1995
Alamat Rumah : Desa Banjarsari RT. 03 RW. 02 Kec. Bantarbolang
Kab. Pemalang Kode Pos 52352
Nama Ayah : Karyono
Nama Ibu : Yuki Yati

Riwayat Pendidikan Formal:

1. SD Negeri 02 Banjarsari lulus tahun 2006.
2. SMP Negeri 2 Bantarbolang Lulus Tahun 2009.
3. SMA Negeri 1 Randudongkal Lulus Tahun 2012.
4. S1 IAIN Purwokerto Lulus Teori Tahun 2018.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Dan berani disumpah jika diperlukan.

Purwokerto, 19 November 2019

Febri Wulansari
NIM. 1323203048