

**PERSEPSI PEDAGANG DAN MASYARAKAT TERHADAP KEBIJAKAN  
PERIZINAN MINIMARKET  
(Studi Di Dusun Menur Desa Banjar Rejo Kecamatan Batang Hari  
Kabupaten Lampung Timur)**

**(Skripsi)**

**Oleh  
ULFA PUTRI ANDANI**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2019**

## ABSTRAK

### **Persepsi Pedagang Dan Masyarakat Terhadap Kebijakan Perizinan Minimarket (Studi Di Dusun Menur Desa Banjar Rejo Kecamatan Batang Hari Kabupaten Lampung Timur)**

Oleh

**ULFA PUTRI ANDANI**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan di bidang bisnis eceran khususnya toko kelontong yang ditandai dengan banyak bermunculannya *minimarket* dalam beberapa tahun belakangan ini. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi Pedagang Dan Masyarakat Terhadap Kebijakan Perizinan Minimarket (Studi Di Dusun Menur Desa Banjar Rejo Kecamatan Batang Hari Kabupaten Lampung Timur). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori persepsi yang meliputi tiga indikator yaitu kognitif, afektif, dan konasi. Metode dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif dengan menggunakan tabel tunggal dan analisis dengan menggunakan tabulasi silang. Teknik pengumpulan data dengan memberikan kuisioner dan melakukan wawancara dengan beberapa informan. Hasil penelitian ini yaitu Komponen kognitif pedagang 87.5% tahu dan kognitif masyarakat tidak tahu yaitu mencapai 98.5%. Komponen afektif pedagang tidak setuju 87% dan sikap masyarakat setuju mencapai 97.1%. Komponen konasi pedagang tidak baik mencapai 75% dan konasi dari masyarakat menyatakan baik, mencapai 81.5%. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan keseluruhan indikator persepsi kognitif, afektif, dan konasi dapat disimpulkan bahwa 16 responden pedagang pengetahuannya tinggi, akan tetapi sikap dan penilaiannya negative mengenai keberadaan minimarket, dengan kesimpulan tersebut dapat dikatakan nilai persepsinya negative. Sebaliknya 70 responden masyarakat pengetahuannya rendah akan tetapi sikap dan penilaiannya positif terhadap keberadaan minimarket, dengan kesimpulan tersebut dapat dikatakan nilai persepsinya positif.

**Kata kunci: Persepsi, Kognitif, Afektif, Pedagang Warung Tradisional, Masyarakat, Minimarket.**

## **ABSTRACT**

### **The Grocers and Society's Perceptions of Minimarket Licensing Policy (Study in Menur hamlet, Banjar Rejo Village, Batang Hari Sub-district, East Lampung District)**

**By**

**Ulfa Putri Andani**

This research is motivated by the increasingly intense competition of retail business, especially grocery stores, which is characterized by the emergence of many minimarkets in recent years. The purpose of this study is to find out the Grocers and Society's Perceptions of the Minimarket Licensing Policy (Study in Menur Hamlet, Banjar Rejo Village, Batang Hari Sub-district, East Lampung District). The theory used in this study is the perception theory which includes three indicators, namely cognitive, affective, and conation. The method of this study is quantitative descriptive by using a single table and cross tabulation analysis. The technique of data collection is done by giving questionnaires and conducting interviews with several informants. The results of this study are the cognitive components of traders 87.5% know and cognitive people do not know which reaches 98.5%. Affective components of traders do not agree 87% and the attitude of the community agrees to reach 97.1%. The component of merchant conversions is not good, reaching 75% and community conversions say good, reaching 81.5%. Based on the results of the study it can be concluded that the overall indicators of cognitive, affective, and conative perceptions can be concluded that 16 respondents are high knowledge traders, but their attitudes and judgments are negative regarding the existence of minimarkets, with these conclusions it can be said that the perception value is negative. On the contrary 70 respondents of the knowledge community are low but their attitudes and judgments are positive towards the presence of minimarkets, with this conclusion it can be said that the perception value is positive.

**Keywords: Perception, Cognitive, Affective, Traditional Grocery, Society, Minimarket.**

**PERSEPSI PEDAGANG DAN MASYARAKAT TERHADAP KEBIJAKAN  
PERIZINAN MINIMARKET  
(Studi Di Dusun Menur Desa Banjar Rejo Kecamatan Batang Hari  
Kabupaten Lampung Timur)**

**(Skripsi)**

**Oleh  
ULFA PUTRI ANDANI**

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA ILMU PEMERINTAHAN**

**Pada**

**Jurusan Ilmu Pemerintahan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2019**

**Judul Skripsi : PERSEPSI PEDAGANG DAN MASYARAKAT TERHADAP  
KEBIJAKAN PERIZINAN MINIMARKET (Studi Di Dusun  
Menur Desa Banjar Rejo Kecamatan Batang Hari  
Kabupaten Lampung Timur)**

**Nama Mahasiswa : *Ulfa Putri Andani***

**Nomor Pokok Mahasiswa : 1416021110**

**Jurusan : Ilmu Pemerintahan**

**Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Pembimbing**



**Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan**

***[Signature]***  
**Drs. Piping Setia Priangga, M.Si.**  
**NIP 19581204 198606 1 001**

***[Signature]***  
**Drs. R. Sigit Krisbintoro, M.IP.**  
**NIP 19611218 198902 1 001**

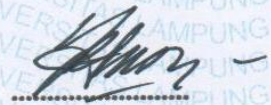
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Drs. Piping Setia Priangga, M.Si.**



**Penguji : Drs. R. Sigit Krisbintoro, M.IP.**



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Dr. Syarif Makhya, M.Si.**  
NIP.195908031986031003



**Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 19 Februari 2019**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun diperguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 12 Februari 2019

**Yang Membuat Pernyataan**



**Ulfa Putri Andani**

**NPM. 1416021110**

Catatan :

Pernyataan ini diletakan pada halaman setelah Abstrak

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Ulfa Putri Andani, dilahirkan di Wono Agung, 27 Maret 1996, penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, putri dari pasangan Bapak Alimin dan Ibu Muslimah.

Jenjang pendidikan penulis dimulai dari SD Negeri 01 Wono Agung Rawa Jitu Selatan diselsaikan pada tahun 2008. Penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama di SMP Kartikatama Metro dan lulus pada tahun 2011. Selanjutnya, penulis mengenyam pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Kartikatama Metro yang diselsaikan pada tahun 2014.

Pendidikan dilanjutkan ke jenjang lebih tinggi melalui jalur SNMPTN pada tahun 2014, dan diterima sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Lampung. Pada tahun 2017 di bulan Januari, penulis melaksanakan kuliah kerja nyata (KKN) di Desa Srikaton, Kecamatan Seputih Surabaya, Kabupaten Lampung Tengah selama 40 hari



*Motto*

*Innalillahi wa inna ilahi roji'un*

*( Sesungguhnya Kami Adalah Kepunyaan Allah Dan  
Kepada Allah Juga Kami Akan Kembali ).*

## PERSEMBAHAN



Bersyukurku hanya sederhana kuberikan untuk orang tua tercinta serta orang-orang yang selalu ada dihati. Kupersembahkan Karyaku ini Kepada:

### **“Bapak dan Ibu Tersayang”**

yang telah mempersembahkan arti kehidupan melalui jerih payah dan cucuran air keringat, serta yang selalu memberikan doa, cinta dan kasih sayang yang tiada henti, yang tak akan ternilai dengan apapun dan mengajarku arti sabar dan bersyukur sehingga sekarang dan sampai kapanpun, mungkin sampai kapanpun dengan skripsi ini tidak cukup untuk membalaskan apa yang sudah Bapak dan Ibu berikan.

Kepada kakak ku terimakasih sudah memberikan doa dan cintanya kepadaku, dan terimakasih untuk sahabat dan teman yang sudah memberikan semangat dan dukungannya untuk ku.

**Almamaterku Tercinta Universitas Lampung**

## SANWACANA

Segala puji bagi Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul **“Persepsi Pedagang Dan Masyarakat Terhadap Kebijakan Perizinan Minimarket (Studi Di Dusun Menur Desa Banjar Rejo Kecamatan Batang Hari Kabupaten Lampung Timur)”** sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sebagai akibat dari keterbatasan yang ada pada diri penulis.

Pada kesempatan ini, penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini antara lain:

1. Kepada Bapak ku Alimin dan Ibu ku Muslimah yang tercinta , terimakasih atas doa dan kasih sayang selama ini yang telah diberikan, terimakasih atas usaha yang telah diperjuangkan selama ini hingga pada akhirnya aku bisa menyelesaikan skripsi ini untuk membanggakan bapak dan ibu.
2. Bapak Drs. R. Sigit Krisbintoro, M.IP. selaku Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung sekaligus selaku Dosen Pembahas dan Penguji yang telah memberikan kritik, saran dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Piping Stia P, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik dan juga selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan seluruh ilmunya

dan sabar membimbing serta memberikan saran yang sangat begitu berharga untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Andri Marta, S.IP,M.IP selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan kritik dan sarannya kepada peneliti, terimakasih atas segala ilmu yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselsaikan.
5. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Lampung, terimakasih atas ilmu dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama masa belajar di Jurusan Ilmu Pemerintahan.
6. Kepada seluruh informan masyarakat dan pedagang yang ada di Desa Banjar Rejo Dusun Menur Kecamatan Batang Hari Lampung timur yang telah memberikan informasi dan meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Kakak ku satu-satunya Amin Mustofa, dan juga Kakak Ipar ku Nurul terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini, terimakasih telah menjaga kedua orang tua selama aku jauh dari rumah untuk menyelesaikan kuliah ini.
8. Ponakan ku tersayang Intan Nua Putri Ramadhani yang cantik dan sangat lucu, selalu memberikan kebahagiaan ditengah-tengah keluarga kita serta menjadi penghilang lelah ketika raga ini mulai letih.

9. Sahabat-sahabat ku, Kartika Nur Fitriana yang sudah menemani hari-hari ku selama empat tahun ini, susah, senang, hujan, panas, siang, dan malam kita selalu bersama, sampai kita di juluki biang kerok kegaduhan dikampus juga berdua, banyak cerita yang tidak bisa disampaikan disini karena terlalu panjang, sahabat ku Mega Putri Lestari dan Mirani Simanungkalit sahabat yang selalu bertukar pikiran bersama. Terimakasih kalian sudah hadir dalam kehidupan ku.
10. Teman-teman KKN ku, Faris, Dani, Bang Harry, Rita, Atha, dan Frida, terimakasih atas pengalaman dan kenangan selama 40 hari di Seputih Surabaya.
11. Teman-Teman wanita seperjuangan ku, Ulfa Umaya Sari, S.IP panutan ku, Ana Puspita cabe ku, Dhian Safitri, Miss Retno, Elvina Sari, S.IP, Tika Wuri, Debby Nurlita, Nia Novita, Ani Aminah, Gita Pratiwi, S.IP, Nurul Fatia, Meriyantika, S.IP, Tiara Herina Aprilia, Dita Maharani, S.IP, Riris Resita Simamora, Priska Pasaribu, dll.
12. Teman-Teman pria seperjuangan ku, M iksan taufik S.IP, Ade Nugroho, Panji Laksono, Aldin Muharom, Bayu Yustisio,dll.

## DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	ii
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	12
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Tinjauan Tentang Persepsi.....	14
1. Pengertian Persepsi .....	14
2. Persepsi Kualitas.....	15
3. Persepsi Positif Dan Negatif.....	15
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	16
5. Komponen Persepsi .....	19
B. Tinjauan Tentang Masyarakat .....	20
1. Pengertian Masyarakat.....	20
2. Ciri-Ciri Masyarakat.....	22
C. Tinjauan Tentang Minimarket .....	23
D. Tinjauan Tentang Kebijakan Publik .....	23
1. Pengertian Kebijakan Publik .....	23
2. Kategori Kebijakan Publik .....	26
E. Tinjauan Tentang Dampak Kebijakan .....	27
F. Tinjauan Tentang Kebijakan Perizinan .....	28
G. Proses Perumusan Dan Pengambilan Kebijakan Perizinan .....	30
H. Kebijakan Perizinan Daerah .....	33
I. Tinjauan Tentang Pasar .....	34
J. Tinjauan Tentang Pasar Tradisional .....	36

K. Tinjauan Tentang Usaha Kecil .....	36
L. Karakteristik Usaha Kecil.....	37
M. Keunggulan Dan Kelemahan Usaha Kecil .....	37
N. Tinjauan Tentang Warung Tradisional.....	38
O. Indikator Warung Tradisional.....	39
P. Perilaku Konsumen.....	42
Q. Kerangka Pikir .....	43
<b>III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Tipe Penelitian .....	46
B. Lokasi Penelitian .....	47
C. Definisi Konseptual .....	47
D. Definisi Oprasional .....	48
E. Populasi Dan Sampel.....	53
F. Random Sampling .....	55
G. Jenis Data.....	56
H. Teknik Pengumpulan Data .....	57
I. Teknik Pengolahan Data.....	59
J. Teknik Analisis Data .....	60
<b>IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Khusus Lokasi Penelitian.....	62
B. Sejarah Minimarket Indomart.....	65
C. SuratIzin Usaha Perdagangan (SIUP).....	66
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian Pedagang .....	68
1. Identitas Responden Pedagang .....	68
2. Identitas Responden Masyarakat .....	71
3. Distribusi Data Persepsi Pedagang .....	74
a. Distribusi Kognitif Responden Pedagang.....	74
b. Distribusi Afektif Responden Pedagang.....	81
c. Distribusi Konasi Responden Pedagang.....	89

4. Distribusi Data Persepsi Masyarakat .....	96
a. Distribusi Kognitif Responden Masyarakat.....	97
b. Distribusi Afektif Responden Masyarakat.....	105
c. Distribusi Konasi Responden Masyarakat.....	113
B. Pembahasan .....	121
1. Tabulasi Silang Persepsi Pedagang.....	121
2. Tabulasi Silang Persepsi Masyarakat .....	122
<b>VI. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	135
B. Saran .....	136

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

### Tabel Halaman

1. Perkembangan MiniMarket di Kabupaten Lampung Timur .....	4
2. Usaha Pertokoan, WarungKlontong, dan Minimarket .....	7
3. Hasil Penelitian Terdahulu .....	9
4. Definisi Operasional.....	49
5. Jumlah Populasi .....	53
6. Informan.....	56
7. Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian .....	64
8. Karakteristik Responden Kategori Pedagang di Dusun Menur Berdasarkan Tingkat Umur .....	68
9. Karakteristik Responden Kategori Pedagang di Dusun Menur Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
10. Karakteristik Responden Kategori Masyarakat di Dusun Menur Berdasarkan Tingkat Umur .....	71
11. Karakteristik Responden Kategori Masyarakat di Dusun Menur Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
12. Karakteristik Responden Masyarakat Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	73
13. Distribusi Kognitif Pedagang Tentang Kebijakan Perizinan .....	74
14. Kognitif Pedagang Terhadap dan Kebijakan Pemerintah .....	75
15. Kognitif Pedagang Tentang Syarat Pendirian .....	75
16. Kognitif Pedagang Tentang Surat Izin .....	76
17. Kognitif Pedagang Tentang Pemberian Izin .....	77
18. Kognitif Pedagang Terhadap Jarak Minimarket .....	77
19. Kognitif Pedagang Terhadap Luas Bangunan Minimarket.....	78
20. Kognitif Pedagang Terhadap Jam Operasional Minimarket.....	79
21. Kognitif Pedagang Terhadap Keberadaan Minimarket.....	79
22. Kognitif Pedagang Terhadap Pendapatan .....	80
23. Kognitif Pedagang Terhadap Izin Masyarakat.....	80
24. Distribusi Afektif Pedagang Tentang Kebijakan Perizinan Minimarket .....	81
25. Afektif Pedagang Terhadap Kebaradaan Minimarket.....	82
26. Afektif Pedagang Terhadap Kemudahan Minimarket .....	83
27. Afektif Pedagang Kenyamanan Minimarket.....	83
28. Afektif Pedagang Terhadap Keberagaman Produk.....	84
29. Afektif Pedagang Terhadap Perkembangan Warung Tradisional .....	85

30. Afektif Pedagang Terhadap Perizinan Minimarket.....	85
31. Afektif Pedagang Terhadap Kesesuaian Perda .....	86
32. Afektif Pedagang Terhadap Prilaku Konsumen.....	87
33. Afektif Pedagang Terhadap Izin Minimarket .....	87
34. Afektif Pedagang Terhadap Harga Produk Minimarket .....	88
35. Distribusi Penilaian (Konasi) Responden Pedagang Tentang Kebijakan Perizinan Minimarket .....	89
36. Konasi Pedagang Terhadap Kebijakan Pemerintah .....	90
37. Konasi Pedagang Terhadap Proses Pendirian Minimarket .....	90
38. Konasi Pedagang Terhadap Izin Minimarket.....	91
39. Konasi Pedagang Terhadap Keberadaan Minimarket.....	92
40. Konasi Pedagang Terhadap Jam Operasional .....	92
41. Konasi Pedagang Terhadap Jarak Antar Warung .....	93
42. Konasi Pedagang Terhadap Dampak Perda .....	94
43. Konasi Pedagang Terhadap Perkembangan Warung Tradisional	94
44. Konasi Pedagang Terhadap Penerimaan Minimarket .....	95
45. Konasi Pedagang Terhadap Pengawasan Pemerintah.....	96
46. Distribusi Pengetahuan (Kognitif) Masyarakat Mengenai Kebijakan Perizinan Minimarket .....	97
47. Kognitif Masyarakat Terhadap Kebijakan Pendirian Minimarket	98
48. Kognitif Masyarakat Terhadap Syarat Pendirian Minimarket....	98
49. Kognitif Masyarakat Terhadap Surat Izin.....	99
50. Kognitif Masyarakat Terhadap Pemberian Izin .....	100
51. Kognitif Masyarakat Terhadap Jarak Minimarket .....	100
52. Kognitif Masyarakat Terhadap Luas Bangunan Minimarket.....	101
53. Kognitif Masyarakat Terhadap Jam Operasional.....	102
54. Kognitif Masyarakat Terhadap Keberadaan Minimarket .....	103
55. Kognitif Masyarakat Terhadap Pendapatan .....	103
56. Kognitif Masyarakat Terhadap Izin Masyarakat.....	104
57. Distribusi Sikap (Afektif) Responden Masyarakat Tentang Kebijakan Perizinan Minimarket .....	105
58. Afektif Masyarakat Terhadap Minimarket.....	106
59. Afektif Masyarakat Terhadap Kemudahan Minimarket .....	106
60. Afektif Masyarakat Terhadap Kenyamanan Minimarket .....	107
61. Afektif Masyarakat Terhadap Keberagaman Produk.....	108
62. Afektif Masyarakat Terhadap Perkembangan Warung.....	108
63. Afektif Masyarakat Terhadap Perizinan Minimarket .....	109
64. Afektif Masyarakat Terhadap Kesesuaian Perda .....	110
65. Afektif Masyarakat Terhadap Perilaku Konsumen.....	110
66. Afektif Masyarakat Terhadap Izin Minimarket .....	111
67. Afektif Masyarakat Terhadap Harga Produk Minimarket .....	112
68. Distribusi Penilaian (Konasi) Masyarakat Tentang Kebijakan	

Perizinan Minimarket.....	113
69. Konasi Masyarakat Terhadap Kebijakan Pemerintah .....	114
70. Konasi Masyarakat Terhadap Proses Pendirian Minimarket...	114
71. Konasi Masyarakat Terhadap Izin Minimarket.....	115
72. Konasi Masyarakat Terhadap Keberadaan Minimarket.....	116
73. Konasi Masyarakat Terhadap Jam Operasional .....	116
74. Konasi Masyarakat Terhadap Jarak Antar Warung .....	117
75. Konasi Masyarakat Terhadap Dampak Perda .....	118
76. Konasi Masyarakat Terhadap Perkembangan Warung Tradisional.....	118
77. Konasi Masyarakat Terhadap Penerimaan Minimarket.....	119
78. Konasi Masyarakat Terhadap Pengawasan Pemerintah.....	120
79. Tabulasi Silang Hubungan Kognitif Dengan Afektif Pedagang .	121
80. Tabulasi Silang Hubungan Kognitif Dengan Konasi Pedangang	121
81. Tabulasi Silang Hubungan Afektif Dengan Kognitif Pedagang .	122
82. Tabulasi Silang Hubungan Afektif Dengan Konasi Pedagang ...	123
83. Tabulasi Silang Hubungan Konasi Dengan Kognitif Pedagang .	124
84. Tabulasi Silang Hubungan Konasi Dengan Afektif.....	124
85. Tabulasi Silang Hubungan Kognitif Dengan Afektif Masyarakat	126
86. Tabulasi Silang Hubungan Kognitif Dengan Konasi Masyarakat	126
87. Tabulasi Silang Hubungan Afektif Dengan Kognitif Masyarakat	127
88. Tabulasi Silang Hubungan Afektif Dengan Konasi Masyarakat	127
89. Tabulasi Silang Hubungan Konasi Dengan Kognitif Masyarakat	129
90. Tabulasi Silang Hubungan Konasi Dengan Afektif Masyarakat	129

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat akhir-akhir ini, terutama ritel *modern* dalam semua variasi jenisnya. Beberapa faktor pendukung perkembangan usaha ritel *modern* diantaranya adalah cukup terbukanya peluang pasar, perkembangan usaha manufaktur yang akan memasok produknya ke *retailer* (peritel), dan upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara salah satunya mengembangkan bisnis ritel.

Perkembangan yang dialami bisnis ritel, dalam perjalanannya bukan tanpa menimbulkan masalah sama sekali. Banyaknya pemain dalam bisnis ritel membuat persaingan menjadi sangat ketat. Peritel besar, terutama perusahaan asing, semakin gencar melakukan ekspansi bisnisnya di Indonesia. Peritel *modern* kecil dan peritel tradisional menjadi pihak yang berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan.

Penggolongan bisnis ritel di Indonesia dapat dikategorikan berdasarkan sifatnya, yaitu ritel yang bersifat tradisional atau konvensional dan yang bersifat *modern*. Ritel yang bersifat tradisional adalah sejumlah pengecer atau pedagang eceran yang berukuran kecil dan sederhana, misalnya toko-toko kelontong, pengecer atau pedagang eceran yang berada di pinggir jalan, pedagang eceran yang berada di pasar tradisional, dan lain sebagainya. Kelompok bisnis ritel ini memiliki modal yang sedikit dengan fasilitas yang sederhana.

Ritel *modern* adalah sejumlah pedagang eceran atau pengecer berukuran besar, misalnya dengan jumlah gerai yang cukup banyak dan memiliki fasilitas toko yang sangat lengkap dan *modern*. Hasil survey menurut Nielsen lima pengecer terbesar yang termasuk dalam kategori ritel *modern* di Indonesia berdasarkan nilai penjualan adalah Matahari, Ramayana, Makro, *Carrefour*, dan *Hero*. Konsep yang ditawarkan peritel *modern* beragam seperti *supermarket* (swalayan), *hypermarket*, *minimarket*, *departement store*, dan lain sebagainya. (Euis, 2008, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol.15 No.2)

Persaingan sengit dalam industri ritel disatu sisi dipandang positif dan menguntungkan konsumen karena konsumen memiliki banyak pilihan. Mereka memiliki kemampuan tidak terbatas untuk penciptaan nilai (*value creation*) yang akan membuat mereka unggul dalam persaingan industri ritel. Disisi lain, kondisi ini membawa dampak negatif yakni tersingkirnya pelaku usaha ritel tradisional dan kecil. Tanpa bantuan pemerintah pelaku

usaha kecil yang tidak memiliki kemampuan finansial dan manajemen yang baik akan terpuruk.

Pada Tahun 2013 Pemerintah Kabupaten Lampung Timur mengeluarkan Peraturan Daerah No 11 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Pasar *Modern* dan Waralaba, yang mengatur toko tradisional dan toko *modern* khususnya yang terkait dengan *zoning* yang membatasi pembangunan pasar *modern* dan dibahas pula tentang perizinan yang sangat meresahkan pemasok pasar tradisional. Latar belakang dikeluarkannya Peraturan Daerah No 11 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Pasar *Modern* dan Waralaba oleh pemerintah pada dasarnya ialah karena semakin berkembangnya usaha perdagangan eceran modern dalam skala besar, maka pasar tradisional perlu diberdayakan agar tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan.

Sehubungan dengan dikeluarkan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Pasar *Modern* dan Waralaba, namun pada kenyataannya tidak mampu untuk membendung munculnya pasar *modern* atau *minimarket*. Begitu cepatnya pertumbuhan Indomart dan Alfamart ini mendatangkan keprihatinan bagi pelaku usaha kecil. Bagi para pengusaha retail kecil seperti toko kelontong, kedai harian, grosiran dan lain-lain tentu keberadaan *minimarket* ini menjadi ancaman terhadap usaha mereka.

Banyak diantar pedagang kecil tersebut yang terkena imbas berupa penurunan omset usaha mereka secara drastis. Melihat dampak yang ditimbulkan oleh pasar *modern* seperti Indomart dan Alfamart ini,

memunculkan kekhawatiran para pedagang kecil di Kabupaten Lampung Timur. Kekhawatiran ini disebabkan oleh pemberian izin operasional gerai Indomart dan Alfamar, adapun perkembangan jumlah minimarket dari tahun ketahun bisa dilihat sebagai berikut :

**Tabel 1. Perkembangan Minimarket di Kabupaten Lampung Timur**

No.	Tahun	Jumlah Minimarket
1	2012	3
2	2013	18
3	2014	10
4	2015	13
5	2016	25

*Sumber: BPS Kabupaten Lampung Timur 2017*

Berdasarkan data tabel diatas pertumbuhan *minimarket* semakin tahunnya semakin meningkat. Bertumbuhnya *minimarket* khususnya Indomaret di Kabupaten Lampung Timur belakangan ini, dianggap secara tidak langsung mengancam dan melumpuhkan pedagang tradisional, karena itu pemerintah daerah diminta memikirkan nasib pedagang kecil yang bisa saja kehilangan mata pencaharian akibat tergilas perusahaan besar. Selain mengenai jarak yang harus diperhatikan pemberian izin juga seharusnya lebih selektif. Selektif dalam artian pemerintah harus memikirkan terlebih dahulu dampak apa yang akan terjadi apabila izin pembangunan *minimarket* tersebut diberikan. Pedagang kecil khususnya akan merasa sangat dirugikan dengan adanya *minimarket* seperti Indomart dan Alfamart.

Pemerintah Kabupaten Lampung Timur telah mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2013 Tentang Izin Usaha dan Pendaftaran Kegiatan Industri dan Perdagangan yang berbunyi bahwasannya setiap

tempat usaha wajib memiliki izin tempat usaha sebelum tempat tersebut beroperasi. Berdasarkan peraturan daerah tersebut maka dapat dikatakan bahwa toko *modern* atau *minimarket* harus mengurus terlebih dahulu izin tempat usaha atau dalam administrasi pemerintah disebut dengan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).

Izin usaha toko *modern* yang diberlakukan di Kabupaten Lampung Timur sudah mulai diberlakukan sejak tahun 2013 dengan di tetapkannya peraturan oleh pemerintah Kabupaten Lampung Timur. Mulai berlakunya peraturan tersebut maka mulai pula izin usaha toko modern menjadi kewajiban yang mutlak dimiliki oleh setiap pelaku usaha toko yang ada di Kabupaten Lampung Timur, hal ini dilakukan agar tidak ada penuntutan atau protes terhadap pemilik usaha toko modern nantinya.

Pemberlakuan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) adalah manfaat dan tujuan adanya suatu program yang dibuat oleh pemerintah dan dilaksanakan oleh sebagian perusahaan atau instansi, namun pemberlakuan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) untuk toko modern ini rupanya memberikan dampak yang serius bagi pedagang tradisional atau pedagang kecil. Dampak keberadaan *minimarket* terhadap jumlah jenis barang dagangan berbanding terbalik, adanya *minimarket* akan mengurangi jumlah pembeli, omset, dan jumlah pemasok. Persoalan yang sangat menonjol terdapat pada perkembangan jumlah pembeli yang menunjukkan negatif dan signifikan yang berarti jumlah pembeli menurun akibat adanya *minimarket*. Kondisi usaha pasar tradisional menunjukkan penurunan terutama setelah beroprasinya *minimarket*. Penurunan ini menyangkut aset, omset,



perputaran barang dagangan, dan margin harga. (Ani, 2016, *Jurnal Administrasi Publik*, Vol.1, No.5).

*Minimarket* unggul dalam aspek kedekatan dengan konsumen. Lembaga Survey AC Nielsen merilis tingkat pertumbuhan ritel secara umum di Indonesia sebesar 15% di tahun 2009. Sementara secara spesifik dinyatakan bahwa pasar *modern* seperti *hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket* mengalami peningkatan sebesar 34,4% tahun 2009, dengan *hypermarket* sebagai yang tertinggi omsetnya sebesar 41,7% atau 23,10 Triliun dari keseluruhan omset penjualan pasar *modern*. Sementara itu *minimarket* seperti Indomart mencapai 35% secara nasional dan Alfamart sekitar 12,3%. Perkembangan yang pesat ini sering menimbulkan protes dari mereka yang terkena dampak oleh kehadiran pasar-pasar modern seperti pasar atau warung tradisional. (Nurnasrina, 2014, *Jurnal Kewirausahaan*, Vol 13, No.1)

Fenomena tentang keberadaan toko *modern* seperti Alfamart dan Indomart di beberapa sudut Kabupaten Lampung Timur khususnya di Desa Banjar Rejo menuai beberapa kecaman dan kritikan dari semua kalangan pedagang kecil. Pedagang kecil di Desa Banjar Rejo sangat menyayangkan izin usaha toko *modern* seperti Indomart dan Alfamart justru mendapatkan perlakuan yang istimewa.

Keberadaan Indomart dan Alfamart dinilai beberapa pihak tidak melakukan kajian yang berdampak terhadap kelayakan sosial terlebih dahulu mengenai jarak pembangunan, apabila dampak positif yang dihasilkan dari pendirian

toko *modern* lebih besar dari efek negatifnya, maka pendirian pasar *modern* dapat dilaksanakan, begitu pula sebaliknya apabila toko *modern* tetap diizinkan, maka apabila muncul dampak sosial pemerintah sudah siap dengan jaringan pengaman sosialnya. Tanpa itu, maka pemberian izin akan menjadi pusat dari permasalahan toko *modern versus* toko tradisional.

Usaha kecil atau warung tradisional akan sangat berat untuk bersaing secara bebas melawan adanya *minimarket* tanpa perlindungan dan pemihakan pemerintah, hal inilah yang sedang menjadi permasalahan di Desa Banjar Rejo sebab didesa tersebut baru-baru ini timbul masalah munculnya *minimarket* yang sering dikenal Indomart yang membuat pedagang warung kecil dirugikan, hal ini dapat dilihat dari tabel jumlah *minimarket* sebagai berikut:

**Tabel 2. Usaha Pertokoan, Warung Klontong, dan *Minimarket***

Desa	Pertokoan	Warung Klontongan	<i>Minimarket</i>
Banjar Rejo	26	216	2

Sumber: BPS Kabupaten Lampung Timur 2017

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh Melita, dapat diketahui bahwa setiap *minimarket* berfriksi dengan 4 toko usaha kecil yang berada di sekitarnya. Friksi yang terjadi pada satu *minimarket* terjadi sebesar 57.29% terhadap masing-masing toko usaha kecil. *Minimarket* memberikan dampak terbesar terhadap jumlah konsumen yang datang ke toko usaha kecil. Persentase sebesar 34% menunjukkan bahwa saat toko usaha kecil berada semakin dekat dengan *minimarket*, maka semakin banyak toko usaha kecil yang mengeluhkan adanya pengurangan jumlah konsumen yang berkunjung

pada tiap harinya.(Melita,2011, *Jurnal Tata Kota dan Daerah*,Volume. 3, No.1).

Memang tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan *minimarket* sekarang ini menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup yang berkembang di masyarakat kita, tidak hanya di kota metropolitan tapi sudah merambah di kota kecil di tanah air. Sangat mudah menjumpai *minimarket* di sekitar tempat tinggal kita. Tempat-tempat tersebut menjanjikan tempat yang nyaman dengan harga yang tidak kalah menariknya, namun dibalik kesenangan tersebut ternyata membuat peritel kelas menengah dan bawah mengeluh.

Persebaran *minimarket* pada satu sisi memiliki dampak yang positif, hal ini membuktikan adanya pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan menciptakan investasi, namun disisi lain hal ini dapat menyebabkan kelesuan para pedagang kecil seperti pedagang kaki lima, bahkan mematikan usaha mereka. Kehadiran pasar *modern* tersebut telah memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan pedagang kios kecil. Tidak menutup kemungkinan, kondisi yang timpang tersebut juga berpotensi menumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial diantara para pelaku perdagangan, membuat pedagang kios kecil semakin terpuruk bahkan mati karena tergerus keberadaan *minimarket* yang lebih baik.

Bagi beberapa masyarakat belanja di *minimarket* dapat meningkatkan prestise. Kemudahan, kebersihan, kenyamanan serta berbagai fasilitas tersebut dapat membuat masyarakat yang biasa berbelanja di warung

tradisional, pedagang kaki lima untuk berbelanja di *minimarket*. Pengaruh *minimarket* terhadap sistem sosial budaya masyarakat dengan adanya *minimarket* 24 jam masyarakat dibawa ke arah perubahan sosial, perubahan sosial disini sangat merugikan warung tradisional, konsumen diajarkan untuk belanja dengan lebih simpel dan praktis.

**Tabel 3 Hasil Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis	Judul Penelitian	Rumusan Masalah
1.	CitraFebrina(2015)	Perizinan Mendirikan Toko Modern Dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Metro	Bagaimanakah kontribusi toko modern terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Metro?
2.	Rizki Prasetya (2017)	Pelayanan Daring (Dalam Jaringan) Dan Pembatasan Jam Kerja Oprasional Minimarket Dalam Hubungan Dengan Perlindungan Pasar Tradisional	Bagaimana efektifitas peraturan tentang pembatasan jam buka minimarket dalam kaitannya dengan perlindungan pasar tradisional ?
3.	RifkyFebrihanudin (2017)	Evaluasi Kebijakan Persyaratan Dan Penataan Minimarket Di Bandar Lampung	Bagaimana evaluasi kebijakan tentang persyaratan dan penataan minimarket di Kota Bandar Lampung?

Sumber: Diolah oleh Peneliti Tahun 2018

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Citra Febrina memperoleh hasil bahwa kontribusi toko *modern* terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Metro diperoleh dari perizinan toko *modern* yang berupa izin mendirikan bangunan dan izin gangguan diperoleh dari pajak toko *modern* yang berupa pajak reklame. Total realisasi penerimaan pajak toko *modern* di Kota Metro pada bulan Maret 2015 diatas sebesar Rp.33.371.333.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rizki Prasetya memperoleh hasil bahwa masih terdapat pelanggaran yang dilakukan oleh *minimarket* terhadap Perwali No 11 Tahun 2012 Tentang Persyaratan dan Penataan *Minimarket*. Pertama terdapat *minimarket* yang beroperasi 24 jam. Kedua, *minimarket* yang tidak memiliki lahan parkir. Ketiga, *minimarket* yang melanggar jarak dengan lokasi pasar tradisional.

Pada penelitian yang terakhir dilakukan oleh Rifky Febrihanuddin memperoleh hasil bahwa pada aspek *technical feasibility* telah tercapai secara tujuan namun masih lemah dalam penindakan pelanggaran sehingga belum memuaskan kelompok sasaran. Selanjutnya pada aspek *economic* dan *financial* sudah terlaksana dengan baik pada sisi pembuatan namun masih lemah dalam penindakan sehingga menimbulkan hasil yang buruk bagi kelompok sasaran.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini lebih menekankan pada persepsi masyarakat tentang kebijakan perizinan keberadaan *minimarket* dilihat dari, sedangkan pada penelitian yang pertama itu memfokuskan pada upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Metro dalam sektor perekonomian dan perdagangan tersebut dilakukan dengan upaya pendirian toko *modern*. Selanjutnya pada penelitian kedua dan ketiga berfokus pada efektivitas peraturan tentang pembatasan jam buka *minimarket* dalam kaitannya dengan perlindungan pasar tradisioanal, dan yang ketiga mengevaluasi Peraturan Walikota Nomor 11 Tahun 2012 Tentang Persyaratan dan Penataan *Minimarket*.

Keseluruhan memang kebijakan perizinan keberadaan *minimarket* memang berdampak negatif, namun dengan adanya *minimarket* dapat menaikkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu dengan adanya hak daerah untuk memperoleh sebagian pajak atau pendapatan dari usaha waralaba sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). (Moch, 2012, *Jurnal Urgensi Pengaturan Waralaba*, Vol.1 No.2)

Hadirnya pasar *modern* ini juga dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat, antara lain mempermudah akses masyarakat mendapatkan barang konsumsi yang mereka butuhkan karena *minimarket* memiliki kelengkapan barang-barang kebutuhan sehari-hari. Selain itu letaknya yang berada dekat dengan pemukiman maupun akses jalan membuat *minimarket* mudah dijangkau, hal lain yang berkaitan dengan dampak positif yang diberikan *minimarket* adalah fasilitas yang nyaman dan bersih, harga-harga yang terjangkau dan seringnya diskon maupun potongan-potongan harga terhadap produk-produk tertentu, dalam hal penciptaan lapangan pekerjaan, *minimarket* dapat menambah peluang kerja bagi masyarakat yang pada akhirnya mampu meningkatkan penghasilan dan mengurangi pengangguran.

Sementara itu jika dilihat dari responden yang setuju dengan pemberian izin oprasional Indomart dan Alfamart terlihat bahwa 46,10% responden beralasan berbelanja di Indomart dan Alfamart lebih aman, nyaman dan bersih. Alasan lainnya adalah memudahkan pembeli dalam berbelanja dan buka 24 jam, alasan ini dipilih oleh 29,80% responden, sementara alasan harga lebih murah dibandingkan tempat lain dipilih oleh 14,90% responden

dan alasan lebih dekat pemukiman masyarakat dipilih oleh 9,20% responden. (Nurnasrina, 2014, Jurnal Kewirausahaan , Vol 13, No.1)

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang Persepsi Pedagang dan Masyarakat Terhadap Kebijakan Perizinan Minimarket (Studi Di Dusun Menur Desa Banjar Rejo Kecamatan Batang Hari Kabupaten Lampung Timur).

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

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalahnya adalah Bagaimana Persepsi Pedagang dan Masyarakat Terhadap Kebijakan Perizinan Minimarket (Studi di Dusun Menur Desa Banjar Rejo Kecamatan Batang Hari Kabupaten Lampung Timur) ?

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

Adapun maksud dan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi Pedagang dan Masyarakat Terhadap Kebijakan Perizinan Minimarket (Studi di Dusun Menur Desa Banjar Rejo Kecamatan Batang Hari Kabupaten Lampung Timur).

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritik, memberi wacana baru tentang suatu dampak kebijakan yang selalu negatif terhadap *minimarket* sehubungan dengan warung tradisional sebagai korban dari *minimarket*, tanpa melihat keberuntungan masyarakat atas keberadaan *minimarket*.

2. Secara praktis, untuk menjadi bahan pelajaran bagi pelaku bisnis untuk mewaspadaikan kemungkinan negatif aksi dan dampak negatif terhadap pasar tradisional sehingga warung tradisional juga harus bisa mengembangkan diri.



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Tinjauan Tentang Persepsi

#### 1. Pengertian Persepsi

Pengertian Persepsi menurut Desiderato mengemukakan persepsi adalah pengamatan tentang objek-objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus indrawi (*sensory stimuli*). (Muchtar,T.W.,2007: 13)

Persepsi (*perception*) adalah proses mengetahui atau mengenali obyek dan kejadian obyek dengan bantuan indera. Rahmat menyatakan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi merupakan suatu penilaian atau kesan seseorang terhadap suatu objek yang dipengaruhi oleh faktor *internal* dan *eksternal*. (Chaplin, 2009 : 358).

## 2. Persepsi Kualitas

Persepsi kualitas (*perceived quality*) merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan atau superioritas produk secara keseluruhan. Persepsi kualitas adalah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan maksud yang diharapkan. Oleh sebab itu, persepsi kualitas didasarkan pada evaluasi subjektif konsumen (bukan manajer atau pakar) terhadap kualitas produk (Tjiptono, 2008: 40).

## 3. Persepsi Positif Dan Negatif

Menurut Harvey persepsi adalah bentuk kesiapan dalam menentukan sikap, baik dalam bentuk positif atau negatif terhadap suatu objek atau situasi. (Robbins, 2002:14). Persepsi positif merupakan penilaian individu terhadap suatu objek atau informasi dengan pandangan yang positif atau sesuai dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada, sedangkan persepsi negatif merupakan persepsi individu terhadap objek atau informasi tertentu dengan pandangan yang negatif, berlawanan dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada.

Penyebab munculnya persepsi negatif seseorang dapat muncul karena adanya ketidakpuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, adanya ketidaktahuan individu serta tidak adanya pengalaman individu terhadap objek yang dipersepsikan dan sebaliknya. Penyebab munculnya persepsi positif seseorang karena

adanya kepuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, adanya pengetahuan individu, serta adanya pengalaman individu terhadap objek yang dipersepsikan.(Robbins, 2002:14)

#### **4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi menurut (Thoha,2004:147), adalah:

##### **a. Psikologi**

Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu di alam dunia ini sangat dipengaruhi oleh keadaan psikologi. Contoh terbenamnya matahari di waktu senja yang indah temaram, akan dirasakan sebagai bayang-bayang yang kelabu bagi seorang yang buta warna.

##### **b. Keluarga (*family*)**

Pengaruh yang paling besar terhadap anak-anak adalah familinya. Orang tua yang telah mengembangkan suatu cara yang khusus di dalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan persepsi-persepsi mereka yang diturunkan kepada anaknya. Contoh orang tua yang Muhammadiyahakan mempunyai anak-anak yang Muhammadiyah juga.

##### **c. Kebudayaan**

Kebudayaan dan lingkungan masyarakat tertentu juga merupakan salah satu faktor kuat di dalam mempengaruhi sikap,

nilai, dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia ini. Contoh orang Amerika yang bebas makan daging babi, tidak begitu halnya bagi masyarakat Indonesia.

Menurut David Krech dan Cruthfield (Thoha, 2004:51) terdapat dua faktor utama dalam menentukan persepsi, yaitu:

**a. Faktor Fungsional**

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman, masa lalu dan hal lainnya yang termasuk dalam faktor personal. Persepsi tidak ditentukan oleh jenis atau bentuk stimulus tetapi juga oleh karakteristik individu yang memberikan respon kepada stimuli tersebut. Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi sering disebut sebagai suatu kerangka tujuan. Awalnya konsep ini berasal dari penelitian psikofosik yang berkaitan dengan persepsi objek. Para psikolog menerapkan konsep ini berkaitan untuk menjelaskan persepsi sosial. Faktor-faktor fungsional tersebut adalah:

1. Kebutuhan, yaitu kebutuhan sesaat dan kebutuhan pada diri seorang akan mempengaruhi atau menentukan persepsi. Kebutuhan yang berbeda akan menyebabkan perbedaan persepsi.
2. Kesiapan mental, yaitu suasana mental seseorang mempengaruhi atau menentukan persepsi seseorang.
3. Suasana emosi yaitu suasana emosi seseorang baik seseorang tersebut dalam keadaan sedih, bahagia, marah,

kesal ataupun gelisah akan sangat mempengaruhi persepsinya terhadap suatu objek rangsangan

4. Latar belakang budaya yaitu latar belakang seseorang tersebut terhadap suatu rangsangan.

#### **b. Faktor Struktural**

Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari stimulasi fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem syaraf individu. Krench dan Cruthfied seperti yang dikutip oleh (Jalaludin Rahmat, 2004;59) merumuskan persepsinya yaitu:

1. Bahwa medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Manusia kemudian mengorganisasikan konsep tentang sebuah obyek yang diterimanya lalu menginterpretasikan konteks pertunjukannya.
2. Sifat-sifat perseptual dan kognitif dari sub struktur pada umumnya ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan akan memberikan efek kontras atau asimiliar terhadap substruktur.
3. Objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain, cenderung sebagai bagian dari struktur yang sama. Faktor-faktor fungsional dan struktural lebih menunjukkan pada kebutuhan dan pengalaman yang dialami oleh individu yang dirasakan

melalui stimuli fisik atau panca indera terhadap objek tersebut.

## 5. **Komponen Persepsi**

Setiap individu pasti mengalami apa yang disebut persepsi sebagai hasil penghayatannya terhadap berbagai perangsang atau stimulus yang berasal dari lingkungan. (Ali dan Asrori, 2006:26). Persepsi itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap (Walgito, 2002:16) yaitu:

### a. **Komponen Kognitif (komponen perseptual)**

Komponen Kognitif adalah komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap.

### b. **Komponen Afektif (komponen emosional)**

Komponen Afektif yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif.

### c. **Komponen Konatif (komponen perilaku)**

Komponen Konatif yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap yaitu menunjukkan besar kecilnya

kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

## **B. Tinjauan Tentang Masyarakat**

### **1. Pengertian Masyarakat**

Masyarakat dalam istilah bahasa Inggris adalah *society* yang berasal dari kata Latin *socius* yang berarti (kawan). Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab *syaraka* yang berarti (ikut serta dan berpartisipasi). Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling bergaul, dalam istilah ilmiah adalah saling berinteraksi. Suatu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana melalui warga-warganya dapat saling berinteraksi.

Definisi lain, masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat *continue*, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Kontinuitas merupakan kesatuan masyarakat yang memiliki keempat ciri yaitu: a. Interaksi antar warga-warganya, b. Adat istiadat, c. Kontinuitas waktu, d. Rasa identitas kuat yang mengikat semua warga. (Koentjaraningrat, 2009: 115- 118)

Masyarakat sebagai *community*, dapat dilihat dari dua sudut pandang. Pertama, memandang *community* sebagai unsur statis, artinya *community* terbentuk dalam suatu wadah atau tempat dengan batas-batas tertentu, maka ia menunjukkan bagian dari kesatuan-kesatuan

masyarakat sehingga ia dapat pula disebut sebagai masyarakat setempat, misalnya kampung, dusun atau kota-kota kecil. Kedua, *community* dipandang sebagai unsur yang dinamis, artinya menyangkut suatu prosesnya yang terbentuk melalui faktor psikologis dan hubungan antar manusia, maka didalamnya ada yang sifatnya fungsional, dalam hal ini dapat diambil masyarakat pegawai negeri sipil, masyarakat ekonomi, mahasiswa, dan sebagainya. (Abdul Syani dalam Basrowi, 2005: 37)

Menurut Emile Durkheim keseluruhan ilmu pengetahuan tentang masyarakat harus didasari pada prinsip-prinsip fundamental yaitu realitas sosial dan kenyataan sosial. Kenyataan sosial diartikan sebagai gejala kekuatan sosial didalam bermasyarakat. Masyarakat sebagai wadah yang paling sempurna bagi kehidupan bersama antar manusia. Hukum adat memandang masyarakat sebagai suatu jenis hidup bersama dimana manusia memandang sesamanya manusia sebagai tujuan bersama. Sistem kehidupan bersama menimbulkan kebudayaan karena setiap anggota kelompok merasa dirinya terikat satu dengan yang lainnya (Soerjono Soekanto, 2006: 22).

Beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan masyarakat memiliki arti ikut serta atau berpartisipasi, sedangkan dalam bahasa Inggris disebut *society*. Bisa dikatakan bahwa masyarakat adalah sekumpulan manusia yang berinteraksi dalam suatu hubungan sosial. Mereka mempunyai kesamaan budaya, wilayah, dan identitas,



mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan.

## **2. Ciri-Ciri Masyarakat**

Ciri-ciri suatu masyarakat pada umumnya sebagai berikut :

- a. Manusia yang hidup bersama, sekurang-kurangnya terdiri atas dua orang.
- b. Bercampur atau bergaul dalam waktu yang cukup lama. Berkumpulnya manusia akan menimbulkan manusia-manusia baru. Sebagai akibat hidup bersama, timbul sistem komunikasi dan peraturan-peraturan yang mengatur hubungan antar manusia.
- c. Sadar bahwa mereka satu-kesatuan
- d. Merupakan suatu sistem hidup bersama. Sistem kehidupan bersama menimbulkan kebudayaan karena mereka merasa dirinya terikat satu dengan yang lain.(Soekanto, 2001: 95)

Kategori masyarakat dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang terlibat dalam pemenuhan barang seperti :

- a. Masyarakat penjual atau masyarakat yang memiliki warung
- b. Masyarakat pembeli atau masyarakat sebagai konsumen

### C. Tinjauan Tentang Minimarket

Swalayan terutama yang berbentuk *minimarket* saat ini bukan lagi milik masyarakat perkotaan dan penduduk perumahan elit saja, melainkan milik semua lapisan masyarakat hingga ke desa-desa, untuk dapat tumbuh dan berkembang, *minimarket* harus mampu bersaing dengan toko-toko disekitarnya, baik dari segi harga, jenis produk, kualitas produk, dll. *Minimarket* memang memiliki keunggulan dibanding toko dan warung kecil. Ada beberapa karakteristik *minimarket* yang berupa kelebihan dan kekurangan *minimarket*.

1. Kelebihannya adalah modal bisnis *minimarket* telah terbukti menjadi salah satu yang sangat dominan dalam perekonomian *modern* saat ini
2. Kekurangannya adalah pembatasan yang ditempatkan pada usaha individu. *Minimarket* diwajibkan untuk hanya menjual produk-produk tertentu, harga dan hanya menggunakan dekorasi tertentu.

*Minimarket* adalah toko yang mengisi kebutuhan akan warung yang berformat *modern* yang dekat dengan pemukiman penduduk sehingga dapat mengungguli warung atau toko. (Rachamn dalam *Jurnal Kebijakan Penataan Minimarket*, 2015)

### D. Tinjauan Tentang Kebijakan Publik

#### 1. Pengertian Kebijakan Publik

Budi Winarno mendefinisikan kebijakan haruslah melihat apa yang sebenarnya dilakukan daripada apa yang diusulkan mengenai suatu

persoalan. Alasannya adalah karena kebijakan merupakan suatu proses yang mencakup pula tahap implementasi dan evaluasi, sehingga definisi kebijakan yang hanya menekankan pada apa yang diusulkan menjadi kurang memadai, maka dari itu kebijakan publik dapat diartikan sebagai respon suatu sistem politik melalui kekuasaan pemerintah terhadap masalah-masalah masyarakat, dengan kata lain, kebijakan publik adalah keputusan pemerintah guna memecahkan masalah publik. (Suharno, 2013:4)

Merilee S. Grindle dalam jurnal publik mengatakan bahwa pelaksanaan kebijakan publik dipengaruhi oleh dua variabel besar, yakni: isi kebijakan (*content of policy*) dan lingkungan implementasi (*context of implementation*). Variabel tersebut mencakup sejauhmana kepentingan kelompok sasaran tertuang dalam isi kebijakan; jenis manfaat yang diterima oleh kelompok sasaran, sejauhmana perubahan yang diinginkan dari sebuah kebijakan apakah penempatan lokasi program sudah tepat, apakah sebuah kebijakan telah menyebutkan pelaksanaannya secara detail dan apakah sebuah program didukung oleh sumberdaya yang memadai.

Kebijakan bisa berasal dari seorang pelaku atau sekelompok pelaku yang memuat serangkaian program/ aktivitas/ tindakan dengan tujuan tertentu. Kebijakan ini diikuti dan dilaksanakan oleh para pelaku (*stakeholders*) dalam rangka memecahkan suatu permasalahan tertentu.

Proses kebijakan dapat dijelaskan sebagai suatu sistem, yang meliputi: *input* proses, dan *output*. *Input* kebijakan merupakan isu kebijakan atau agenda pemerintah, sedangkan proses kebijakan berwujud perumusan formulasi kebijakan dan pelaksanaan kebijakan. Isu dan formulasi kebijakan dapat dipahami sebagai proses politik yang dilakukan elit politik atau kelompok-kelompok penekan. *Output* dari proses kebijakan adalah kinerja kebijakan.

Kebijakan dapat dinyatakan sebagai usaha untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, sekaligus sebagai upaya pemecahan masalah dengan menggunakan sarana-sarana tertentu, dan dalam tahapan waktu tertentu. Kebijakan umumnya bersifat mendasar, karena kebijakan hanya menggariskan pedoman umum sebagai landasan bertindak dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kebijakan memiliki dua aspek yakni:

- a. Kebijakan merupakan praktika sosial, kebijakan bukan *event* yang tunggal atau terisolir, dengan demikian kebijakan merupakan sesuatu yang dihasilkan pemerintah yang dirumuskan berdasarkan dari segala kejadian yang terjadi di masyarakat. Kejadian tersebut ini tumbuh dalam praktika kehidupan kemasyarakatan, dan bukan merupakan peristiwa yang berdiri sendiri, terisolasi, dan asing bagi masyarakat.(Abdullah, 2017, *Jurnal Publik*, Vol.11,No.).

- b. Kebijakan adalah suatu respon atas peristiwa yang terjadi, baik untuk menciptakan harmoni dari pihak-pihak yang berkonflik, maupun menciptakan *insentif* atas tindakan bersama bagi para pihak yang mendapatkan perlakuan yang tidak rasional atas usaha bersama tersebut. (Abdullah, 2017, *Jurnal Publik*, Vol.11,No.)

## 2. Kategori Kebijakan Publik

Ada banyak sekali pengkategorian kebijakan publik berikut ini kategori kebijakan publik menurut James E. Anderson menyampaikan ketegori kebijakan publik sebagai berikut :

### a. Kebijakan Substantif dan Kebijakan Prosedural

Kebijakan substantif yaitu kebijakan yang menyangkut apa yang akan dilakukan oleh pemerintah. Sedangkan kebijakan procedural adalah bagaimana kebijakan substantive tersebut dapat dijalankan.

### b. Kebijakan Distributif dan Kebijakan Regulator

Kebijakan distributif menyangkut distribusi pelayanan atau kemanfaatan pada masyarakat atau individu. Kebijakan regulator merupakan kebijakan yang berupa pembatasan atau pelarangan terhadap perilaku individu atau kelompok masyarakat.

**c. Kebijakan Materal dan Kebijakan Simbolik**

Kebijakan materal adalah kebijakan yang memberikan keuntungan sumber daya komplet pada kelompok sasaran. Sedangkan kebijakan simbolis adalah kebijakan yang memberikan manfaat simbolis pada kelompok sasaran. (Suharno, 2013:15)

Berhubungan dengan konteks formulasi, maka berbagai isu yang banyak beredar didalam masyarakat tidak semua dapat masuk agenda pemerintah untuk proses menjadi kebijakan, dalam pandangan David Easton ketika pemerintah membuat kebijakan publik, ketika itu pula pemerintah mengalokasi nilai-nilai kepada masyarakat, karena setiap kebijakan mengandung seperangkat nilai didalamnya.

**E. Tinjauan Tentang Dampak Kebijakan**

Kebijakan publik yang responsif berdampak pada terjadinya peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berlanjut. Kebijakan tidak sekedar *charity* strategi, yang hanya menyelesaikan masalah secara sesaat, melainkan berusaha menyelesaikan permasalahan sampai ke akarnya. Dampak dari suatu kebijakan publik masyarakat yang responsif dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat, mendorong terciptanya partisipasi masyarakat dan menciptakan kemampuan masyarakat untuk menolong dirinya sendiri.

Kebijakan publik yang berkarakter *ortodoks* biasanya tidak memberikan perhatian yang cukup besar kepada dampak kebijakan. Justru yang biasanya

diperhitungkan adalah bagaimana dampak dari kebijakan publik pada citra penguasa dimata masyarakat, karena melalui bendera publik penguasa ingin meraup keuntungan berupa terbangunnya image positif dalam memperkokoh kekuasaanny, dalam kebijakan paternalis, dampak kebijakan biasanya hanya berupa *euforia* yang menekankan pada formalitas dan seremonial dibandingkan dengan aktualitas dilapangan.(Prasetyo, dalam *JurnalKajian Teoritik Karakter Kebijakan Publik*,2012).

Menurut Sigit dalam buku prinsip kebijakan negara, ada beberapa dampak kebijakan yang perlu diperhatikan dalam pembuatan kebijakan yaitu :

1. Dampak kebijakan yang diharapkan (*intended consequences*)  
Dampak kebijakan yang diharapkan yaitu dampak dari perubahan yang diharapkan untuk yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat.
2. Dampak kebijakan yang tidak diharapkan (*unintended consequences*)  
Dampak kebijakan yang tidak diharapkan yaitu dampak perubahan yang tidak diharapkan masyarakat.
3. Dampak kebijaksanaan dapat terjadi atau berpengaruh pada kondisi sekarang atau kondisi yang akan datang.

#### **F. Tinjauan Tentang Kebijakan Perizinan**

Perizinan merupakan instrumen kebijakan pemerintah atau pemerintah daerah untuk melakukan pengendalian atas eksternalitas negatif yang mungkin ditimbulkan oleh aktivitas sosial maupun ekonomi. Izin juga merupakan instrumen untuk perlindungan hukum atas kepemilikan atau penyelenggaraan kegiatan. Kebijakan perizinan dirancang untuk mencegah

terjadinya kegagalan pasar. Bentuk perizinan yang tidak berlandaskan kegagalan pasar sudah dapat dipastikan akan mendistorsi alokasi sumber daya secara efisien sudah seharusnya, pemerintah sebaiknya tidak mengatur melebihi yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang tidak dapat dicapai selain menggunakan regulasi (*Minimum Effective Regulation Principle*).

Menurut Setianto, “Setiap orang yang ingin mendirikan usaha perdagangan selalu mengantongi surat izin dari pemerintah”. Surat izin tersebut diminta baik oleh perseorangan maupun oleh badan hukum. Hal ini dilakukan sebagai legitimasi dari perusahaan yang didirikan. (Anis, 2016, *Jurnal Administrasi Publik*, Vol.1, No.5)

Permohonan izin mendirikan usaha ini tidak hanya bagi perusahaan yang melakukan perdagangan lintas batas dan usaha yang berskala besar, tetapi juga bagi perusahaan regional dan berskala kecil, dalam usaha perdagangan besar yang melampaui batas area negara maupun usaha perdagangan kecil, Surat Izin Usaha Perdagangan(SIUP) ini wajib diurus sebelum pengusaha melakukan kegiatannya. Tujuan memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) ini adalah agar usaha perdagangan mendapat legalisasi oleh pemerintah, sehingga tidak banyak mendapat masalah dikemudian hari. Pemberlakuan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) adalah manfaat dan tujuan adanya suatu program yang dibuat oleh pemerintah dan dilaksanakan oleh sebagian perusahaan atau instansi.

Berbagai prosedur yang panjang dan berbelit-belit sebelum mendapatkan Izin Mendirikan Bangunan (IMB), khususnya bagi bangunan yang akan



digunakan untuk lokasi usaha, sudah seharusnya pemerintah daerah harus menciptakan suatu unit pelayanan terpadu, disertai dengan sarana, serta sistem dan mekanisme yang baik agar tercipta suatu pelayanan yang baik pula. Setelah pemberian izin maka perlu dilakukan pengawasan, untuk memantau apakah kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan persyaratan-persyaratan yang telah ditentukan sebelumnya.(Sutedi,2015:233)

Sasaran kebijakan perizinan dalam penelitian disini adalah masyarakat pemilik warung dan masyarakat sebagai konsumen atau pembeli yang akan menilai sejauh mana keberadaan *minimarket* ini dapat menguntungkan atau sebaliknya malah akan merugikan berbagai belah pihak. Masyarakat tersebut akan menimbulkan persepsi sebagai penikmat dari sebuah kebijakan yang diciptakan.

#### **G. Proses Perumusan dan Pengambilan Keputusan Kebijakan Perizinan**

Masih lemahnya masyarakat sipil danosiasi bisnis sebagai instrumen kontrol pemerintah untuk meningkatkan kinerja pemerintah daerah dalam penetapan dan pelaksanaan kebijakan perizinan, pemerintah daerah perlu melakukan antara lain:

1. Formulasi kebijakan perizinan hendaknya melibatkan seluruh pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan perizinan.
2. Penetapan kebijakan perizinan hendaknya rasionalitas dari ditetapkannya perizinan dikemukakan secara jelas dan spesifik.
3. Kembalikan fungsi perizinan sebagai instrument pengendalian dan pengawasan.

4. Hilangkan ego sektoral pada sektor perizinan.
5. Tingkatkan kapasitas anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) dan pejabat pemerintah dalam kebijakan dan pelaksanaan kebijakan perizinan.
6. Tindak tegas aparat yang menyalahgunakan jabatan untuk kepentingan pribadi .
7. Kembangkan sektor swasta yang mengurus hal-hal teknis dalam proses izin.
8. Tatanan pemerintahan yang baik hanya akan terjadi bila ada organisasi masyarakat sipil dan asosiasi yang kuat dan sehat.(Sutedi, 2010:311)

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba mewajibkan setiap waralaba mempunyai Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) yaitu sebagai bukti pendaftaran yang diperoleh Penerima Waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STPUW dan memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh pemberi waralaba.

Persyaratan dari pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk dapat mendirikan gerai Alfamart yaitu ;

1. Warga Negara Indonesia (WNI);
2. Memiliki badan Usaha (PT/CV/Koperasi);
3. Sudah atau akan mempunyai lokasi usaha yang luas 150-250 m<sup>2</sup>;
4. Memenuhi persyaratan perizinan (izin tetangga; izin domisili; SIUP; TDP;NPWP dan NPPKP; STPUW ; IUTM (untuk daerah tertentu);
5. Bersedia mengikuti system dan prosedur yang berlaku di Indomart

Disebutkan di atas bahwa pendirian Alfamart harus dipenuhinya syarat-syarat perizinan yaitu diantaranya harus memiliki Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) yang diperoleh dari Departemen Perdagangan. Syarat mendapatkan STPUW tersebut, *franchisee* harus mendaftarkan perjanjian waralabanya di Departemen Perdagangan selambat-lambatnya 30 hari semenjak perjanjian waralaba tersebut berlaku efektif. Jika *franchisee* lalai untuk melakukan pendaftaran setelah diberikan tiga kali peringatan, maka Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau izin-izin usaha sejenis milik *franchisee* dapat dicabut.<sup>18</sup> Penerima waralaba harus berbentuk badan hukum seperti PT/koperasi/CV, untuk terbitnya Tanda Daftar Perusahaan (TDP), penerima waralaba harus mendaftarkan perusahaannya pada instansi/lembaga Perizinan daerah dimana gerai akan didirikan. (Ghasan, 2016, Jurnal Varia Justicia, Vol 12 No. 1)

Pihak yang wajib melaksanakan pendaftaran waralaba Indomart ini adalah *franchisor* atau boleh dikuasakan kepada orang lain untuk mendaftar. Selain melakukan pendaftaran, pemberi waralaba Indomartt juga mewajibkan penerima waralaba Alfamart untuk mempunyai Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), sesuai dengan ketentuan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 289/Mpp/Kep/10/2001 tentang Ketentuan Standart Pemberian Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), oleh karena itu waralaba sebagai salah satu kegiatan usaha perdagangan wajib memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). (Ghasan, 2016, Jurnal Varia Justicia, Vol 12 No. 1)

Dalam hal tersebut maka pemohon harus mempunyai izin Usaha Toko *Modern* (IUTM) yaitu izin untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha toko modern, syarat-syarat tersebut berupa :

1. Copy surat izin prinsip dari walikota;
2. Hasil analisa kondisi social ekonomi masyarakat; serta rekomendasi dari instansi yang berwenang;
3. Copy surat izin lokasi dari Badan Pertanahan Nasional (BPN) Daerah;
4. Copy surat Izin Gangguan (HO);
5. Copy surat izin Mendirikan Bangunan (IMB);
6. Copy Akte Pendirian Cabang Perusahaan yang dilegalisir
7. Rencana kemitraan dengan UMKM;
8. Surat pernyataan kesanggupan melaksanakan dan mematuhi ketentuan yang berlaku. (Ghasan, 2016, Jurnal Varia Justicia, Vol 12 No. 1)

#### **H. Kebijakan Perizinan Daerah**

Syarat-syarat dalam penerbitan surat perizinan memiliki beberapa proses, seperti dalam Peraturan Daerah Kabupaten Lampung Timur Nomor 12 Pasal 21 Tahun 2013 Tentang Izin Usaha dan Pendaftaran Kegiatan Industri Dan Perdagangan. Setiap perusahaan yang akan mengajukan permohonan SIUP baru kepada Bupati atau pejabat yang ditunjuk, wajib mengisi formulir yang disediakan dan dilampiri persyaratan sebagai berikut:

Perusahaan yang berbadan hukum Perseroan Terbatas:

1. Fotocopy Akta Notaris Pendirian Perusahaan dan Perubahan Perusahaan (apabila ada);
2. Fotocopy Surat Keputusan Pengesahan Badan Hukum Perseroan Terbatas dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia atau fotocopy bukti pendaftaran proses pengesahan badan hukum dari pejabat yang berwenang (apabila badan hukum dalam proses pengesahan);
3. Fotocopy Kartu Tanda Penduduk/Paspor dan KITAS yang masih berlaku dari Penanggung jawab/Direktur Utama Perusahaan;
4. Pas foto berwarna Penanggung jawab atau Direktur Utama Perusahaan ukuran 3x4 cm sebanyak 2 (dua) lembar;
5. Fotocopy Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP);
6. Fotocopy izin gangguan;
7. Neraca perusahaan;
8. Surat kuasa bermaterai cukup bagi yang permohonannya diwakilkan;  
dan
9. Rekomendasi dari Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) terkait.

## **I. Tinjauan Tentang Pasar**

Pasar adalah suatu pertemuan antara kekuatan penawaran dan permintaan yang membentuk suatu harga, karena itu informasi pasar sangat penting dalam mengatur strategi pasar. Sedangkan menurut W.J. Stanton, pasar merupakan sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk memenuhi

kebutuhan, uang untuk belanja (*disposable income*) serta kemauan untuk membelanjakannya. (Hadi, 2004:43).

Diketahui tradisional dan modern yang dikenakan terhadap jenis pasar bersumber dari pergeseran pemaknaan terhadap pasar, yang semula menjadi ruang bagi berlangsungnya transaksi ekonomi dan mulai menjadi pencitraan terhadap modernisasi yang berlangsung dalam masyarakat. (Rusham, 2016, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen dan Kewirausahaan*, vol.10, No.2)

Perpres No 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, membagi jenis pasar menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

1. 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 atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang.
2. Pasar Modern atau Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*. (Utomo, 2010, *Jurnal Fokus Ekonomi*, Vol.5, No.1).

## **J. Tinjauan Tentang Pasar Tradisional**

Pasar tradisional adalah tempat transaksi barang atau jasa antar penjual dan pembeli, yang memiliki cirri-ciri memperjualbelikan barang atau jasa kebutuhan sehari-hari secara eceran pemilik dan pengelolanya umumnya oleh pemerintah dan perseorangan. Sehubungan untuk menunjang perdagangan pasar yang maju dan modern Pemerintah Kabupaten Lampung Timur mendukung kegiatan ekonomi berbasis toko modern atau pasar modern seperti *minimarket* tetapi disatu sisi pemerintah Kabupaten Lampung Timur juga melindungi keberadaan pasar tradisional maupun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan warung kecil yang ada di Kabupaten Lampung Timur.

Untuk itu dalam melindungi pasar tradisional atau warung kecil maka dibuatlah peraturan yang mengatur tentang penataan *minimarket* dan pasar tradisional ataupun warung kecil maka dibuatlah Perda Kabupaten Lampung Timur Nomor 11 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Pasar Modern dan Waralaba.

## **K. Tinjauan Tentang Usaha Kecil**

Berdasarkan UU No. 9 Tahun 1995 usaha kecil yang dimaksud adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala dalam memenuhi criteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan. Usaha kecil yang dimaksud disini meliputi juga usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Usaha kecil informal adalah berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum. Sementara itu, usaha

kecil tradisional adalah usaha dengan alat produksi sederhana yang digunakan secara turun temurun atau berkaitan dengan seni budaya. (Sopiah, 2008:210)

#### **L. Karakteristik Usaha Kecil**

Secara umum, sektor usaha kecil memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Sistem pembukaan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukaan standar.
2. Margin yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi
3. Modal terbatas
4. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan yang masih sangat terbatas
5. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan ditekannya biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
6. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas
7. Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya.

(Sopiah, 2008:210)

#### **M. Keunggulan dan Kelemahan Usaha Kecil**

##### **1. Keunggulan Usaha Kecil**

- a. Usaha kecil bertebaran diseluruh plosok dengan berbagai ragam bidang usaha.



- b. Usaha kecil beroperasi dengan investasi modal yang untuk aktiva tetap pada tingkat yang rendah.
- c. Sebagian besar usaha kecil bisa dikatakan padat karya yang disebabkan oleh penggunaan teknologi sederhana.

## **2. Kelemahan Usaha Kecil**

- a. Kemungkinan kerugian pada saat investasi awal.
- b. Pendapatan yang tidak teratur.
- c. Diperlukan adanya kerja keras dan waktu yang lama sebelum usaha berkembang.
- d. Kualitas kehidupan yang tetap rendah meskipun usahanya mantap. (Sopiah, 2008:210)

## **N. Tinjauan Tentang Warung Tradisional**

Usaha warung tradisional atau yang sering dikenal warung klontongan memiliki struktur pasar yang cenderung bersifat *monopolistic*. Hal ini dikarenakan jumlah penjual yang banyak dan barang yang dijual adalah sejenis tetapi berbeda corak (bervariasi). Warung tradisional merupakan salah satu bentuk industri kecil atau usaha keluarga karena jumlah pekerjaannya sedikit, yaitu sekitar 1-5 orang, orang yang biasanya merupakan anggota keluarga sendiri, dengan modal yang relatif kecil, jenis usaha warung tradisional tersebut relative mudah masuk ke dalam industri atau pasar untuk mendirikannya.

Segi harga, warung hanya mempunyai sedikit kekuatan untuk mempengaruhi harga. Harga yang diberlakukan disesuaikan dengan

besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik warung sendiri-sendiri. Warung sendiri sangat mudah ditemukan dari jalan lingkungan yang letaknya di pinggiran kota hingga berada di pinggiran jalan utama, dengan status kepemilikan tanah dan bangunan yang beragam. (Wita, 2014, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol.11, No.1)

#### **O. Indikator Warung Tradisional**

Menurut Bagas dalam jurnal Bina Praja menyebutkan bahwa ada beberapa indikator penurunan pasar tradisional meliputi sebagai berikut:

##### 1. Omset atau pendapatan

Omset adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan perhari, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.(Arifinal Chaniago,1995:14) memberikan pendapat tentang omset penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu.(Wita, 2014, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11, No. 1)

Menurut Hafsah pendapatan usaha yaitu semua *output* yang dihasilkan dari suatu kegiatan tertentu, dalam prakteknya, mengusahakan pekerjaan tertentu menggunakan berbagai macam cara dengan demikian maka hasil usaha yang di peroleh juga merupakan penjumlahan dari seluruh *output* yang dihasilkan. (Wita, 2014, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11, No. 1)

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa omset penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh. Seorang pengelola usaha dituntut untuk selalu meningkatkan omset penjualan dari hari ke hari, dari minggu ke minggu, dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun. Hal ini diperlukan kemampuan dalam mengatur modal terutama modal kerja agar kegiatan operasional perusahaan dapat terjamin kelangsungannya. (Wita, 2014, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11, No. 1)

## 2. Perputaran Barang Dagang

Dilihat dari segi perputaran barang dagangan, *tren* penurunan perputaran barang, yang berarti terjadi penurunan aktivitas pasokan barang kepada pedagang, atau barang lebih lama tersimpan di gudang. Akibat penurunan omset penjualan, maka perputaran persediaan barang menurun. Penurunan yang lebih besar dialami pedagang pasar dibanding pasar kontrol. Ini menunjukkan bahwa para pedagang telah merespons penurunan omset dan jumlah pembeli dengan cara mengurangi pembelian kepada pemasok, yang diduga sebagai langkah efisiensi dan pengurangan modal kerja.

Penurunan perputaran persediaan karena itu tergolong rendah, meski penurunan omsetnya tinggi. Telah terjadi penurunan omset penjualan yang diikuti dengan pengurangan barang dagangan yang tersimpan di gudang. Secara umum dapat dijelaskan, bahwa volume dan frekuensi

transaksi perdagangan menurun setelah beroperasinya *minimarket*, berkait dengan penurunan jumlah pengunjung atau pembeli. (Bagas, 2014, *Jurnal Bina Praja*, Vol.6 No.3

### 3. Laba

Menurut Samueson, laba adalah selisih antara total hasil pendapatan dengan total biayanya, maka dapat dikatakan laba merupakan keuntungan bersih yang diperoleh oleh responden yaitu pedagang pasar tradisional dalam kurun waktu satu bulan. Berdasarkan salah satu tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan pasar modern (Alfamart) terhadap laba atau keuntungan bersih para pedagang pasar tradisional sejenis grosir.

Dilihat dari segi keuntungannya terbukti bahwa keberadaan pasar *modern* ini telah menurunkan tingkat keuntungan pedagang ritel tradisional secara agregat sebanyak 28%. Fenomena ini akan berlanjut terus bila pemerintah kota tidak segera mengambil langkah strategis guna menyelamatkan eksistensi pedagang. Selain omzet dan keuntungan, keberadaan pasar *modern* (*hypermarket* dan *minimarket*) memberikan dampak negatif, terutama kepada para pedagang kebutuhan pokok yang mayoritas dagangannya tersedia juga di pasar *modern*. (Annisa, 2018, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol. 3 No. 1)

#### 4. Jumlah Pengunjung

Sopiah dan Syihabudhin (2008:4) berpendapat bahwa pelanggan kini semakin kritis terhadap toko yang akan dimasukinya. Sedangkan menurut Sukesi Dan Sugiyono jumlah pengunjung dari tahun ke tahun yaitu kurang lebih 36% pedagang tradisional di pasar tradisional mengatakan bahwa pengunjung *stand* saat ini lebih sedikit jumlahnya dibandingkan lima tahun yang lalu (sebelum banyak berdiri pasar modern) dan hanya 33,3% yang mengatakan jumlah pengunjung *stand* saat ini lebih banyak dibandingkan lima tahun yang lalu. (Mahmudah dkk, 2017, *Jurnal Akutansi dan Pendidikan*, Vol.6 No.1)

#### **P. Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen bukanlah sekedar mengenai pembelian barang. Lebih dari itu, perilaku konsumen adalah suatu hal yang dinamis, yang mencakup suatu hubungan interaktif antara efektif dan kognitif, perilaku dan lingkungan. Perilaku konsumen juga melibatkan pertukaran antara dua pihak atau lebih, dimana masing-masing pihak memberi dan menerima sesuatu yang berharga. Menurut Peter dan Olson, khusus dalam hal pembelian ritel terdapat pola perilaku tertentu pada konsumen, pola perilaku tersebut terbagi ke dalam tujuh kategori, dimana masing-masing kategori bisa berubah urutannya (Sopiah, 2008:13). Ada lima tahap perilaku konsumen menurut Peter dan Olson, yaitu:

1. *Store contact*

Pada tahap ini, konsumen memilih lokasi belanja yang dirasa cocok, mendatangi toko yang dirasa cocok, memasuki toko, dan memilih produk yang dicari.

2. *Product contact*

Pada tahap ini, konsumen memilih dan menemukan produk yang yang dicari, lalu membawanya ke kasir untuk melakukan pembayaran.

3. *Transaction*

Pada tahap ini, konsumen membayar barang yang telah dipilih di kasir dan membawa produk untuk dikonsumsi.

4. *Consumtion*

Pada tahap ini, konsumen menggunakan produk, membuang sisanya jika ada, dan melakukan pembelian ulang jika konsumen merasa puas.

5. *Communication*

Ditahap terakhir ini, konsumen memberikan informasi tentang produk yang baru dikonsumsi tersebut kepada orang lain. (Sopiah, 2008:15)

**Q. Kerangka Pikir**

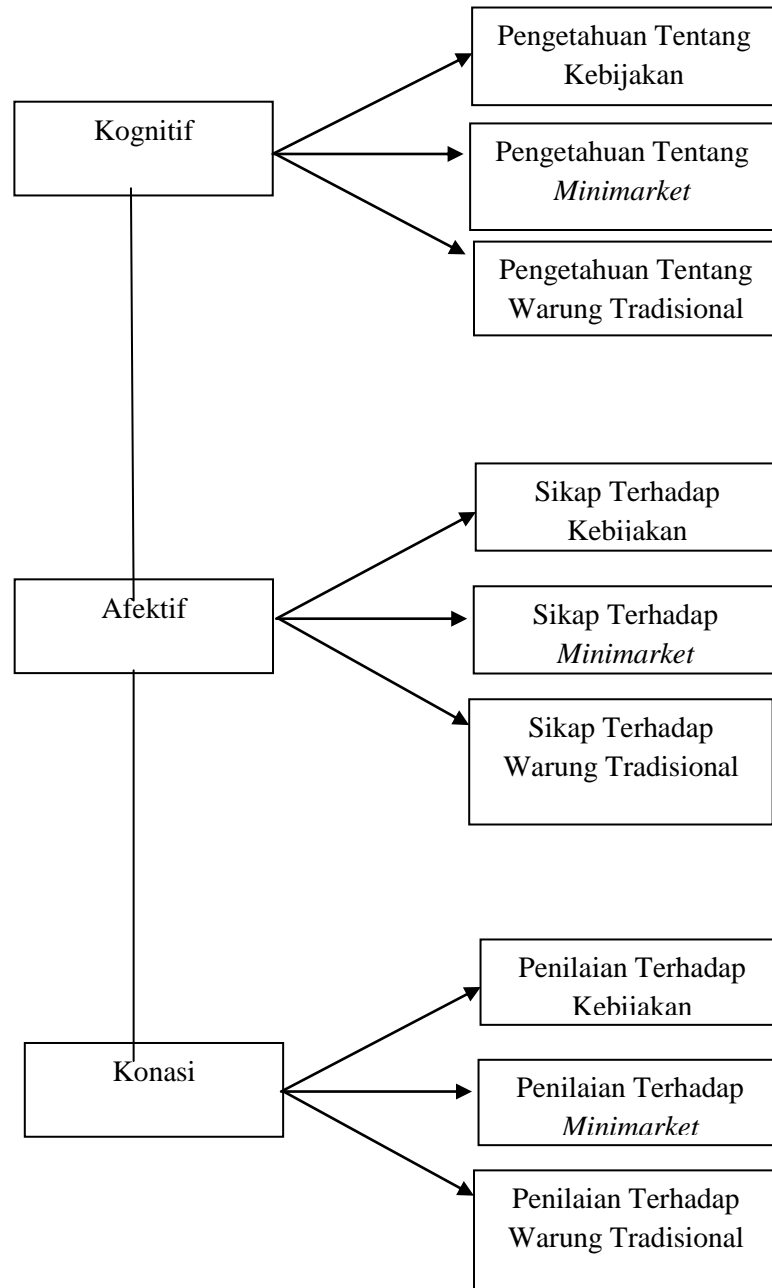
Warung tradisional merupakan salah satu bentuk industri kecil atau usaha keluarga karena jumlah pekerjaannya sedikit, yaitu sekitar 1-5 orang, orang yang biasanya merupakan anggota keluarga sendiri, dengan modal yang relatif kecil, jenis usaha warung tradisional tersebut relatif mudah masuk ke dalam industri atau pasar untuk mendirikannya. *Minimarket* adalah toko yang mengisi kebutuhan akan warung yang berformat *modern* yang dekat

dengan pemukiman penduduk sehingga dapat mengungguli warung atau toko, yang memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan warung tradisional.

Perbedaan khusus tersebutlah yang pada akhirnya menimbulkan suatu persepsi di kalangan masyarakat khususnya para pedagang warung tradisional dimana munculnya kondisi persaingan antar pasar yang secara jelas terlihat bahwa cirri khusus pasar *modern* menjadi keunggulan bagi para konsumen , dan hal itu memberikan dampak kurang baik terhadap kondisi sosial ekonomi para pedagang warung tradisional.

Maka dari itu peneliti menggambarkan suatu permasalahan Persepsi pedagang Dan Masyarakat Terhadap Kebijakan Perizinan Keberadaan *Minimarket* dengan menggunakan kerangka pikir sebagai berikut.

**Persepsi Pedagang Dan Masyarakat Terhadap  
Kebijakan Perizinan Minimarket**



**Gambar 1. Kerangka Pikir**



### III. METODE PENELITIAN

#### A. Tipe Penelitian

Penulisan skripsi ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2015 : 14),

Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu dengan mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesa. (Singarimbun, 1995:45).

Penelitian deskriptif yang biasa disebut dengan penelitian *teksonomik* dimaksudkan untuk eksplorasi dan klasifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. (Faisal, 1999 : 20).

Dengan demikian pada penelitian ini digunakan penelitian kuantitatif karena penulis ingin mengetahui persepsi masyarakat terhadap kebijakan keberadaan *minimarket*.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di Daerah Kabupaten Lampung Timur khususnya di Dusun Menur Desa Banjar Rejo Kecamatan Batang Hari, alasan memilih Kabupaten Lampung Timur adalah karena merupakan daerah-daerah yang cukup pesat perkembangan dengan beberapa kawasan industri yang ada, Kecamatan Batanghari terdapat 587 unit usaha industri tercatat pada tahun 2016. Berdasarkan klasifikasi industri, sejumlah 292 unit merupakan industri rumah tangga atau mikro, 256 unit merupakan industri kecil, 39 unit merupakan industri menengah. Pertumbuhan sektor industri dan pemukiman berimplikasi terhadap tumbuhnya sektor ritel.

## **C. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual adalah definisi yang menggambarkan konsep dengan penggunaan konsep-konsep lain. Sedangkan Kerlinger mendefinisikan suatu konstruksi dengan menggunakan konstruk-onstruk yang lain. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa konsep adalah sebuah abstraksi yang dibentuk dengan menggeneralisasi hal khusus, dan dapat ditemukan dikamus (*dictionary definition*). (Silalahi, 2012: 118). Adapun konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Desiderato mengemukakan persepsi adalah pengamatan tentang objek-objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus indrawi (*sensory stimuli*). (Muchtari, T.W, 2007 : 13). Persepsi memiliki tiga komponen yaitu:

1. **Komponen Kognitif**

Komponen kognitif adalah komponen yang menyangkut pengetahuan masyarakat tentang persepsi masyarakat terhadap kebijakan keberadaan *minimarket* di Dusun Menur Kecamatan Batang Hari Kabupaten Lampung Timur. Komponen kognitif masyarakat dapat dilihat dari pengetahuannya tentang kebijakan keberadaan *minimarket*.

2. **Komponen Afektif**

Komponen Afektif adalah perasaan masyarakat terhadap kebijakan keberadaan *minimarket*. Komponen afektif menyangkut aspek sikap masyarakat. Masyarakat dimungkinkan memiliki perasaan yang khusus terhadap aspek-aspek kebijakan keberadaan *minimarket* tertentu yang dapat membuat individu-individu bersikap menerima atau menolak keberadaannya tersebut.

3. **Komponen Evaluatif**

Komponen evaluatif adalah penilaian tentang objek-objek kebijakan yang secara tipikal melibatkan kombinasi standar nilai dan kriteria dengan informasi dan perasaan. Aspek evaluatif ditentukan oleh orientasi moral. Ideologi yang dianut oleh masyarakat menjadi persepsinya terhadap keberadaan *minimarket*.

#### **D. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah penentuan suatu *construct* sehingga menjadi variabel-variabel yang diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan

*construct*, sehingga memungkinkan peneliti yang lain untuk melakukan replikasi (pengulangan) pengukuran dengan cara yang sama atau mencoba untuk mengembangkan pengukuran *construct* yang lebih baik.

*Construct* adalah hal-hal yang sulit diukur. Seperti pengukuran terhadap manusia yang sifatnya subyektif, seperti mengenai perasaan, sikap, perilaku, kepuasan, dan persepsi. (Usman, 2009: 37). Variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini yaitu persepsi masyarakat terhadap kebijakan keberadaan *minimarket* yang dilihat dari tiga aspek sikap, yaitu aspek kognitif, aspek afektif dan aspek konasi.

**Tabel 4. Definisi Operasional**

<b>Definisi konsep (1)</b>	<b>Indikator (2)</b>	<b>Sub Indikator (3)</b>	<b>Pengukuran (4)</b>	<b>Sumber (5)</b>
Aspek kognitif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan tentang kebijakan</li> <li>2. Pengetahuan tentang <i>minimarket</i></li> <li>3. Pengetahuan tentang warung tradisional</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebijakan pendirian <i>minimarket</i> dikeluarkan oleh pemerintah pada tahun 2014.</li> <li>2. <i>Minimarket</i> memiliki syarat pendirian.</li> <li>3. Surat izin pendirian <i>minimarket</i> mutlak harus dimiliki <i>minimarket</i>.</li> <li>4. Masyarakat tahu tentang</li> <li>5. pemberian izin <i>minimarket</i> tersebut.</li> <li>6. <i>Minimarket</i> harus berjarak 1000 meter dari toko tradisional</li> <li>7. <i>Minimarket</i> memiliki</li> </ol>	Skala Guttman dengan penilaian 1-5.	Abuzar (2015)

		<p>minimal ukuran bangunan seluas 120-150 meter persegi.</p> <p>8. Jam oprasional minimarket sampai pukul 23:00 WIB</p> <p>9. Warung tradisional tergilas keberadaannya oleh minimarket</p> <p>10. Pendapatan warung tradisional menurun akibat minimarket</p> <p>11. Pendirian minimarket harus memiliki izin dari masyarakat.</p>		
Aspek Afektif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sikap terhadap kebijakan</li> <li>2. Sikap terhadap <i>minimarket</i></li> <li>3. Sikap terhadap warung tradisional</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minimarket mutlak dibutuhkan masyarakat.</li> <li>2. Minimarket memudahkan masyarakat</li> <li>3. Minimarket memberikan kenyamanan masyarakat</li> <li>4. Minimarket memiliki beragam variasi produk.</li> <li>5. Warung tradisonal harus bisa berkembang.</li> <li>6. Perizinan penderian minimarket memberatkan masyarakat</li> <li>7. Pendirian minimarket</li> </ol>	Skala likert 1-5 dengan teknik <i>Agree – Disagree Scale</i>	Abuzar (2015)

		<p>sudah sesuai dengan PERDA Kabupaten Lampung Timur.</p> <p>8. Minimarket membawa perilaku konsumen menjadi lebih modern</p> <p>9. Masyarakat setuju dengan izin minimarket</p> <p>10. Harga produk minimarket lebih murah dibanding warung tradisional.</p>		
Aspek Konasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penilaian terhadap kebijakan</li> <li>2. Penilaian terhadap <i>minimarket</i></li> <li>3. Penelian terhadap warung tradisional</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah kebijakan yang dibuat pemerintah sudah berjalan dengan baik ?</li> <li>2. Apakah proses pendirian minimarket sudah berjalan dengan baik?</li> <li>3. Apakah izin yang dimiliki oleh minimarket sudah dijalankan dengan baik ?</li> <li>4. Apakah keberadaan minimarket diterima baik oleh masyarakat ?</li> <li>5. Apakah jam oprasional minimarket sudah berjalan</li> </ol>	Skala Rating dengan penilaian 1-5	Abuzar (2015)

		<p>dengan baik sesuai dengan perda ?</p> <ol style="list-style-type: none"><li>6. Apakah jarak antara warung tradisional dan minimarket sudah berjalan baik sesuai kebijakan pemerintah ?</li><li>7. Apakah perda yang dibuat oleh pemerintah berdampak baik bagi masyarakat sekitar?</li><li>8. Apakah saat ini perkembangan warung tradisional masih baik ?</li><li>9. Apakah warung tradisional menerima dengan baik adanya minimarket ?</li><li>10. Apakah pemerintah mengawasi keberadaan minimarket dengan baik?</li></ol>		
--	--	--	--	--

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk (Burhan Bungin, 2008 : 99). Menurut Husaini Usman dan Purnomo Setiady populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok obyek yang lengkap dan jelas. Populasi dapat dikatakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2006: 16).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat Desa Banjar Rejo yang dilihat berdasarkan jenis pekerjaan yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 5. Jumlah Populasi**

No.	Responden	Frekuensi	Frekuensi relative(%)
1	Masyarakat	237	93.6
2	Masyarakat warung	16	6.3
Jumlah		253	100

*Sumber: Penelitian langsung Pada 2018*

Berdasarkan tabel jumlah populasi di atas maka dapat dilihat bahwa yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah berjumlah 237



masyarakat sebagai konsumen, dan 16 masyarakat sebagai masyarakat pemilik warung.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi penelitian tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, yang dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Maka apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. (Sugiyono, 2012: 81). Dalam menentukan jumlah sampel untuk penelitian ini peneliti menggunakan rumus *Slovin*, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) yang diinginkan, yaitu sebesar 10% dengan tingkat kepercayaan sebesar 90%

$$n = \frac{237}{1 + (x \cdot 0.01)}$$

$$n = \frac{237}{1 + (237 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{237}{3,37}$$

$$n = 70$$

Berdasarkan hasil dari penentuan sampel di atas maka sampel yang dibutuhkan sebanyak 70 orang.

Berdasarkan pengertian di atas, maka yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Banjar Rejo sebagai konsumen 70 orang dan masyarakat pemilik warung yang berjumlah sebanyak 16 orang yang dianggap dapat memahami kebijakan perizinan keberadaan *minimarket* dan juga dapat merasakan kehadiran *minimarket* sebagai tempat yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

#### **F. Random Sampling**

Nurhayati dalam jurnal Basis data, metode *random sampling* adalah metode yang digunakan untuk memilih sampel dari populasi dengan cara sedemikian rupa sehingga setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama besar untuk diambil sebagai sampel. Seluruh anggota populasi menjadi anggota dari kerangka sampel, dalam teknik penarikan sampel dengan *random sampling* peneliti menggunakan teori *sampling* sistematis. *Sampling* sistematis adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut, misalnya anggota populasi dari 100 orang. Semua anggota tersebut diberi nomor urut yakni nol 1 sampai 100, pengambilan sampel dapat dilakukan dengan nomor ganjil saja atau genap saja atau kelipatan bilangan tertentu. (Sugiyono, 2015:125).

Penentuan sampling dalam mengambil siapa responden dalam penelitian ini ialah peneliti mengambil daftar data seluruh masyarakat di Dusun Menur, untuk menentukannya peneliti mengambil nama masyarakat yang berkelipatan empat atau genap pada daftar nama tersebut sesuai dengan teori *sampling* sistematis yang telah disajikan diatas.

## G. Jenis Data

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari lapangan penelitian, misalnya melalui wawancara, focus group discussion, kuisisioner, observasi.(Purwanto, 2011:21). Data primer yang diperoleh peneliti sebagai proses pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi. Data primer dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 6. Informan**

No.	Nama	Jabatan
1	Adji Wiguna, SE	Seksi Pendaftaran Dan Pemrosesan Izin dan Non Perizinan
2	Dewi	Kepala Toko Indomart
3	Istiqomah	Pemilik Warung

*Sumber: Diolah Peneliti (2018)*

### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan

serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian (Purhantara, 2010:9). Sumber data sekunder pada penelitian ini adalah jumlah pengunjung *minimarket* Indomart jumlah penduduk Desa Banjar Rejo dan kutipan dari jurnal “Ghasan, 2016, Jurnal Varia Justicia, Vol 12 No. 1”.

## **H. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa macam instrumen, antara lain :

### **1. Kuesioner**

Kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti, untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden (orang-orang yang menjawab jadi yang diselidiki), terutama pada penelitian *survey*. (Narbuko, 2010:76). Alasan digunakannya metode kuesioner adalah:

- a. Kuesioner bisa digunakan untuk mengumpulkan data dalam waktu yang relatif singkat, walaupun jumlah responden banyak.
- b. Memudahkan dalam menganalisa data, karena responden mendapatkan pertanyaan yang sama dan tidak perlu menginterpretasi.

Penelitian ini menyebar kuesioner yang berjumlah 70 orang sebagai masyarakat konsumen dan 16 orang sebagai masyarakat warung.

Sampel yang diambil dengan menggunakan teknik penentuan sampel dilakukan secara acak sistematis.

## **2. Wawancara**

Teknik pengumpulan data didapatkan melalui proses wawancara. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada informan. Wawancara tersebut dilakukan dengan cara bertemu langsung dan melakukan wawancara mendalam dari Instansi Pemerintah dengan Bapak Adji Wiguna selaku Seksi Pendaftaran Dan Pemrosesan Izin Dan Non Perizinan, kemudian Ibu Dwi Pratiwi Mahardika selaku Kepala Toko Indomart, dan Ibu Istiqomah selaku pemilik warung Klontongan.

## **3. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah pengambilan data melalui dokumen-dokumen.(Usman dan Purnomo, 2009: 69). Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai suatu hal atau variabel melalui catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya. (Arikunto, 2013: 57). Berdasarkan pengertian di atas, dokumen yang diperoleh dari penelitian ini yaitu hasil penyebaran kuisioner dan wawancara mendalam terhadap beberapa informan, foto-foto dokumentasi terkait dengan objek penelitian.

## **I. Teknik Pengolahan Data**

Apabila data sudah diperoleh semua maka langkah selanjutnya melakukan pengelolaan data guna untuk memenuhi kebutuhan penelitian. (Purhantara, 2010:99). Teknik pengelolaan data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Editing, yaitu proses mengecek kebenaran data, menyesuaikan data untuk memudahkan proses seleksi data. Editing dalam penelitian ini untuk menganalisis dari hasil data yang diperoleh dari proses penyebaran angket atau kuesioner guna mengecek kalimat-kalimat pertanyaan dan jawaban yang kurang baik atau tidak baku. Pada tahap ini, peneliti memeriksa kembali data yang telah terkumpul sesuai dengan jawaban atas kuesioner yang akan dilakukan dengan berbagai masyarakat sekitar yang tidak relevan dengan data yang diinginkan harus dibuang.
2. Koding  
Tahap koding adalah tahap dimana jawaban dari responden diklasifikasikan menurut jenis pertanyaan untuk kemudian diberi kode dan dipindahkan dalam tabel kode atau buku kode
3. Tabulasi  
Tabulasi adalah proses menempatkan data dalam bentuk tabel dengan cara membuat tabel yang berisikan data sesuai dengan kebutuhan analisis secara teratur dan sistematis. Tabel yang dibuat mampu meringkas semua data yang akan dianalisis, sehingga memudahkan untuk dilihat dan dipahami.

#### 4. Interpretasi

Interpretasi yaitu suatu proses yang digunakan untuk mencerminkan makna dan hasil penelitian dengan jalan tidak hanya menjelaskan atau menganalisis data yang diperoleh, tetapi data diinterpretasikan untuk kemudian mendapatkan kesimpulan sebagai hasil penelitian. Interpretasi dalam penelitian ini yaitu persepsi masyarakat terhadap kebijakan perizinan keberadaan *minimarket* dengan dikaitkan dengan berbagai teori yang berhubungan.

Peneliti memberikan penjabaran dari berbagai data yang telah melewati proses editing sesuai dengan fokus penelitian. Pelaksanaan interpretasi dilakukan dengan memberikan penjelasan berupa hasil data yang diperoleh dari lapangan dan deskriptif. Data yang telah memiliki makna akan dilakukan kegiatan analisis data berdasarkan hasil penyebaran angket atau kuesioner.

#### **J. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. (Singarimbun dan Sofian, 2008: 263). Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif. Analisis data deskriptif adalah teknik analisis yang memberikan informasi hanya mengenai data yang diamati dan tidak bertujuan menguji hipotesis serta menarik kesimpulan yang digeneralisasikan terhadap populasi. Tujuan analisis deskriptif hanya menyajikan dan menganalisa data agar bermakna dan komunikatif. (Purwanto dan Dyah Ratih, 2011: 94)

Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan penggunaan tabel tunggal, yaitu metode yang dilakukan dengan memasukan data dari kuesioner ke dalam kerangka tabel untuk menghitung frekuensi dan membuat presentase sebagai uraian mengenai hasil akhir penelitian serta analisa deskriptif hasil wawancara terbuka. Tabel tunggal dipergunakan untuk menggambarkan jawaban responden terhadap persepsi masyarakat mengenai kebijakan perizinan *minimarket*. Sedangkan skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal.

Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan dan menentukan skor jawaban, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data menggunakan penghitungan rumus interval. Analisis data dengan menggunakan analisis kuantitatif kemudian dijelaskan secara kualitatif. Perhitungan menggunakan rumus interval menggunakan rumus sebagai berikut :

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan :

I = Interval nilai skor

Nt = Nilai tertinggi

Nr = Nilai terendah

K = Kategori jawaban

(Sutrisno Hadi, 1998 : 421)



## **IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **A. Gambaran Khusus Lokasi Penelitian**

#### **1. Keadaan geografis**

Kecamatan Batang hari merupakan dataran dengan ketinggian rata-rata 48 meter di atas permukaan laut. Luas wilayah Kecamatan Batanghari adalah 75,67 km<sup>2</sup>. Akhir tahun 2016, wilayah administrasi Kecamatan Batang Hari terdiri dari 17 desa. Kecamatan Batang Hari memiliki tiga buah sungai utama, yaitu sungai Way Sekampung, Sungai Batang Hari yang di kampus dan sungai Sumber Agung

#### **2. Pemerintah**

Dalam rangka keteraturan pelaksanaan pembangunan maupun kegiatan kemasyarakatan, keberadaan pemerintah dalam suatu wilayah mutlak diperlukan untuk menjalankan setiap aspek kehidupan. Kecamatan Batang Hari membawahi 17 desa dan 83 dusun. Jika ditinjau berdasarkan klasifikasi tingkat perkembangan desa/kelurahan, hampir semua desa di Batang Hari termasuk dalam klasifikasi desa swasembada. Seluruh perangkat desa di Kecamatan Batanghari berjumlah 337 orang yang terdiri dari 17 kepala desa, 17 sekretaris desa, 220 kaur/kasi, dan 83 kepala dusun.

### 3. Penduduk

Penduduk Kecamatan Batang Hari berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2016 sebanyak 55.284 jiwa yang terdiri atas 27.912 jiwa penduduk laki-laki dan 27.372 jiwa penduduk perempuan. Sementara itu besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2016 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 102.

Kepadatan penduduk di Kecamatan Batanghari tahun 2016 mencapai 791 jiwa/km<sup>2</sup>. Kepadatan Penduduk di 17 desa cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di Desa Banjar Rejo dengan kepadatan sebesar 3.061 jiwa/km<sup>2</sup> dan terendah di Desa Buana Sakti sebesar 257 jiwa/km

Desa Banjarrejo tepatnya berada di Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur, dan terletak di sebelah Barat Kota Kecamatan serta berbatasan dengan wilayah Kota Metro. Keadaan Sosial Ekonomi Masyarakat berdasarkan mata pencaharian penduduk desa Banjarrejo sangat bervariasi, adapun struktur mata pencaharian penduduk Desa Banjar Rejo adalah sebagai berikut:

**Tabel 7. Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian**

No	Mata Pencaharian	Jumlah
1	Buruh Tani	792
2	Petani	2832
3	Pedagang	2016
4	Tukang Kayu	211
5	Tukang Batu	175
6	Penjahit	51
7	PNS	550
8	Pensiun	70
9	TNI/Polri	36
10	Perangkat Desa	44
11	Industri Kecil	8
12	Buruh Industri	84
13	Lain-lain	126
Jumlah		6695

*Sumber: Badan Pusat Statistik (2016)*

#### 4. Industri Dan Perdagangan

Di Kecamatan Batang Hari terdapat 587 unit usaha industri tercatat pada tahun 2016. Berdasarkan klasifikasi industri, sejumlah 292 unit merupakan industri rumah tangga/mikro, 256 unit merupakan industri kecil, 39 unit merupakan industri menengah. Jenis industri anyaman merupakan jenis industri terbanyak di Kecamatan Batang Hari yang mencapai 687 unit.

Pada tahun 2016, Kecamatan Batang Hari memiliki 3.416 sarana perdagangan. Sarana perdagangan tersebut terdiri dari 3 pasar, 120 kelompok pertokoan, 10 *minimarket*, 1.121 toko atau warung kelontong, 15 restoran atau rumah makan, dan 2.147 warung atau kedai

makan. Desa Banjar Rejo merupakan desa yang memiliki sarana perdagangan terbanyak, yaitu sebanyak 657 buah.

## **B. Sejarah *Minimarket* Indomart**

### **a. Profil *Minimarket* Indomart**

Indomart merupakan jaringan *minimarket* yang menyediakan keberagaman kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 m<sup>2</sup>. Dikelola oleh PT Indomarco Prismatama, cikal bakal pembukaan Indomart di Desa Banjar Rejo pada tahun 2016.

PT. Indomarco Prismatama adalah perusahaan swasta nasional pengelola jaringan *minimarket* Indomart dengan akta notaris No. 207, tertanggal 21 November 1988 oleh Bapak Benny Kristianto dan SIUP No.789/0902/PB/XII/88 tanggal 20 Desember 1988. Sesuai dengan Akte Pendirian Perusahaan No. 207 tertanggal 21 November 1988 tersebut di atas, maksud dan tujuan perusahaan adalah :

1. Bergerak dalam bidang usaha perdagangan barang atau retail (*minimarket*), jenis barang dagangannya yaitu : hasil bumi (pertanian, peternakan), obat- obatan, kelontong, kosmetik, alat-alat kesehatan dan lain-lain.
2. Mengadakan kerja sama (joint venture) dengan masyarakat dan badan usaha yang ingin membuka usah dalam bidang perdagangan (*business retail*) dengan sistem waralaba.

**b. Visi dan Misi *Minimarket* Indomaret**

Adapun yang menjadi visi dari *minimarket* Indomart yaitu: menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global. Sedangkan misi *minimarket* Indomart yaitu: meningkatkan pelayanan terbaik sehingga kepuasan pelanggan menjadi sasaran utama yang harus dapat dipenuhi.

Visi dan misi perusahaan juga didukung oleh motto dari Indomart yaitu: “Mudah dan Hemat”. Selanjutnya yang menjadi budaya perusahaan yakni dalam bekerja kami menjunjung tinggi nilai-nilai:

1. Kejujuran, kebenaran, dan keadilan
2. Kerja sama tim

**C. Izin Usaha Perdagangan (SIUP)****1. Pengertian**

Izin untuk melaksanakan kegiatan jual beli barang atau jasa yang dilakukan secara terus menerus dengan tujuan pengalihan hak atas barang atau jasa dengan disertai imbalan atau kompensasi.

**2. Dasar Hukum**

Peraturan Daerah Kabupaten Lampung Timur Nomor 12 Tahun 2013 Tentang Izin Usaha Dan Pendaftaran Kegiatan Industri Dan Perdagangan

**3. Klasifikasi Sasaran**

Orang pribadi atau Badan Usaha yang menyelenggarakan usaha di

bidang perdagangan di wilayah Kabupaten Lampung Timur.

#### **4. Persyaratan**

- a. Foto copy Akta Notaris Pendirian Perusahaan dan Perubahan Perusahaan (apabila ada);
- b. Foto copy Surat Keputusan Pengesahan Badan Hukum Perseroan Terbatas dari Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia atau foto copy bukti pendaftaran proses pengesahan badan hukum dari pejabat yang berwenang (apabila badan hukum dalam proses pengesahan);
- c. Foto copy Kartu Tanda Penduduk/Paspor dan KITAS yang masih berlaku dari Penanggung jawab/Direktur Utama Perusahaan;
- d. Pas foto berwarna Penanggung jawab atau Direktur Utama Perusahaan ukuran 3x4 cm sebanyak 2 (dua) lembar;
- e. Foto copy Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP);
- f. Foto copy izin gangguan;
- g. neraca perusahaan;
- h. surat kuasa bermaterai cukup bagi yang permohonannya diwakilkan; dan
- i. rekomendasi dari SKPD terkait.

## VI. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana persepsi pedagang dan masyarakat terhadap keberadaan minimarket, studi pada penelitian ini dilakukan di Dusun Menur Kecamatan Batang Hari Kabupaten Lampung Timur. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan 16 responden pedagang dan 70 responden masyarakat yang tersebar di Dusun Menur dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Komponen kognitif pedagang atau pengetahuan pedagang tentang kebijakan perizinan keberadaan *minimarket* menunjukkan bahwa kognitif atau pengetahuan pedagang dari 16 responden yaitu tahu dengan beberapa kebijakan perizinan minimarket mencapai 87.5%. Sebaliknya kognitif atau pengetahuan masyarakat tentang kebijakan perizinan *minimarket* menunjukkan bahwa dari 70 responden tidak tahu yaitu mencapai 98.5%.
2. Komponen Afektif pedagang atau sikap pedagang tentang keberadaan *minimarket* menunjukkan bahwa sikap pedagang dari 16 responden yaitu tidak setuju dengan adanya *minimarket* mencapai 87%.

Sebaliknya sikap masyarakat terhadap keberadaan *minimarket* dari 70 responden menunjukkan sikap setuju keberadaan *minimarket* mencapai 97.1%.

3. Komponen konasi pedagang atau penilaian pedagang terhadap kebijakan perizinan keberadaan *minimarket* dari 16 responden menunjukkan penilaian tidak baik mencapai 75%. Sebaliknya penilaian dari masyarakat dari 70 responden menyatakan bahwa kebijakan perizinan *minimarket* cukup baik, mencapai 81.5%.
4. Berdasarkan 3 indikator persepsi kognitif, afektif, dan konasi dapat disimpulkan bahwa 16 responden pedagang pengetahuannya tinggi, akan tetapi sikap dan penilaiannya negative mengenai keberadaan *minimarket*, dengan kesimpulan tersebut dapat dikatakan nilai persepsinya negative. Sebaliknya 70 responden masyarakat pengetahuannya rendah akan tetapi sikap dan penilaiannya positif terhadap keberadaan *minimarket*, dengan kesimpulan tersebut dapat dikatakan nilai persepsinya positif..

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian mengenai Persepsi Pedagang Dan Masyarakat Terhadap Kebijakan Perizinan *Minimarket* diantaranya sebagai berikut:



1. Agar para akademis memberikan perhatian pada penelitian bagaimana pembinaan terhadap para pedagang tradisional dan bagaimana peluang serta upaya pedagang tradisional untuk meningkatkan kualitas dagangannya.
2. Agar pemerintah mengadakan pembinaan terhadap pedagang tradisional untuk ditingkatkan kualitas dagangnya atau dialihprofesikan.
3. Diharapkan pemerintah dan para pedagang bekerjasama untuk meningkatkan dan mengembangkan strategi pengelolaan toko tradisional dalam upaya mengembangkan daya saing sehingga dapat bersaing dengan toko *modern* seperti indomart.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Adrian Sutedi, S.H, M.H. 2010. *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*. Jakarta: Sinar Grafika
- Akbar & Usman. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta. Bumi Aksara
- Ali, M. & Asrori, M. 2006. *Psikologi Remaja, Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta. Bumi Aksara
- Basrowi, 2005. *Pengantar Sosiologi*. Bogor. Ghalia Indonesia,
- Burhan, Bungin. 2008. *Metode penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Kencana
- Chaplin, J.P. 2009. *Dictionary of psychology*, ( Terjemah. Kartina Kartono) Jakarta .PT. Raja Grafindo Persada
- Cholid Narbuko. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta. PT. Bumi Aksara
- Imam Muhni, Djuretnaa. 1994. *Moral dan Religi*. Yogyakarta. Kanisius
- Koentjaraningrat. 2009. *Pengantar Ilmu Antropologi, Edisi Revisi 2009*. Jakarta Rineka Cipta
- Miftha Thoha. 2004. *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar Dan Aplikasinya*. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosda Karya,
- Muchtar, T.W, 2007. *Studi Komparatif Persepsi Dan Minat Siswa SMP Tentang SMK, Skripsi*. FPTK UPI. Bandung
- Pranowo Hadi. 2004. *Manajemen Mini Market*. Yogyakarta: Tugu Publisher
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi komunikasi*. Bandung . PT Remaja Rosdakarya

- Robbins, SP. 2002. *Perilaku organisasi*. Jakarta. Salemba
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung. Refika Aditama
- Singarimbun. 1995. *Metode penelitian survey*. Jakarta. LP3ES
- Soekanto, Soerjono. 2001. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Sopiah. 2008. *Manajemen bisnis ritel*. Yogyakarta, Andi
- Sugiyono. 2015 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. ALFABET
- Suharno. M.Si, 2013. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Ombak
- Tjiptono, Fandy.2008. *Startegi pemasaran*. Yogyakarta. Andi
- Wahyu Purhantara. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu

#### Jurnal

- Abdullah, dalam jurnal, “*Konsep Umum Pelaksanaan Kebijakan Publik*”, 2017.
- Anis, dalam jurnal, “*Kefektifan Pemberlakuan Surat Ijin Usaha Perdagangan (Siup) Bagi Pemberdayaan Usaha Kecil*”, 2016.
- Annisa, dalam jurnal, “*Jurnal Ilmiah Mahasiswa*”, 2018.
- Ani, dalam jurnal, “*jurnal administrasi publik*”, 2016.
- Bagas dalam jurnal “*Dampak Ekspansi Hypermarket terhadap Pasar Tradisional di Daerah*”, 2014.
- Euis, dalam jurnal, “*Analisis Industri Ritel Di Indonesia*”, 2008
- Ghasan, dalam jurnal, “*Analisis Perizinan Pendirian Alfamart Dan DampaNegatif Terhadap Perusahaan Perorangan Di Sekitarnya*”, 2016.
- Mahmudah dalam jurnal “*Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional Sleko Di Kota Madiun*”, 2017.
- Nurnasrina, dalam jurnal, “*Jurnal Kewirausahaan*”, 2014

Prasetyo dalam jurnal "*Kajian Teoritik Karakter Kebijakan Publik*", 2012

Rusham dalam jurnal "*Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di kabupaten Bekasi*", 2016

Utomo dalam jurnal "*Lingkungan Bisnis Dan Persaingan Bisnis Ritel*", 2010.

Wita dalam jurnal "*Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Modal Kerja Dan Pendapatanwarung Tradisional Di Kecamatan Rumbai Dan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru*", 2014.

## **PERDA**

Peraturan daerah kabupaten lampung timur nomor 12 tahun 2013 tentang izin usaha dan pendaftaran kegiatan industry dan perdagangan

Peraturan daerah kabupaten lampung timur no 11 tahun 2013 tentang penyelenggaraan pasar modern dan waralaba

## **Media Internet**

(banjarrejo.lampungtimur.desa.id) diakses pada 2 Mei 2018 pukul 2:40

.(<http://dpmpptsp.lampungtimurkab.go.id/>),diakses pada 4 Desember 2018 Pukul

10:00 WIB