

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas ekonomi dikatakan sama tuanya dengan sejarah manusia itu sendiri. Ia telah ada semenjak diturunkan nenek moyang manusia, Adam dan Hawa ke permukaan bumi. Perkembangan ekonomi berjalan seiring dengan perkembangan manusia dan pengetahuan teknologi yang dimiliki. Pembagian kerja sebagai sebuah aktivitas ekonomi yang telah ditemui sejak generasi pertama keturunan Adam dan Hawa. Salah satunya aktivitas dalam perdagangan.¹ Perdagangan dalam konsep fiqh muamalah sangatlah luas yang artinya menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.²

Dewasa ini, pemasaran telah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Hal ini diakibatkan banyaknya perubahan yang sangat pesat dalam dunia pasar. Salah satu perubahan yang terjadi dalam pemasaran adalah pada strategi pemasaran yang dikenal dengan *marketing mix*. Salah satu strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya dikenal dengan *place* (tempat). Tempat sangat menentukan omset para pedagang, oleh karena itu semakin bagus persepsi masyarakat tentang tempat pasar maka semakin meningkat pula pendapatan para pedagang, begitu juga sebaliknya.³

¹ Akhmad Mujaihidin, *Ekonomi Islam 2*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2010), h. 129

² Hendi Suhendi, *fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), h. 67

³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 125

Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan ekonomi dan sosial.⁴ Hal ini dikarenakan pemasaran itu sendiri berperan penting dalam memasarkan produknya guna untuk mencapai tujuan.⁵

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran, dan setiap kegiatan pemasaran ditujukan untuk mencari atau menciptakan pasar. Pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan penjual dan pembeli bertemu.⁶

Marketing mix (bauran pemasaran) adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran, yakni produk, harga, promosi, dan lokasi usaha.⁷ Lokasi merupakan salah satu bauran pemasaran yang memegang peran penting, ketepatan dalam pemilihan usaha merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan secara matang dalam menjalankan usaha. Sebagai salah satu unsur dari bauran pemasaran, lokasi usaha diharapkan dapat mendukung keberhasilan tujuan dari program pemasaran. Lokasi yang tepat

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, konsep, dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1987), h.15

⁵ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bersama Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 1

⁶ Kasmir, Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 106

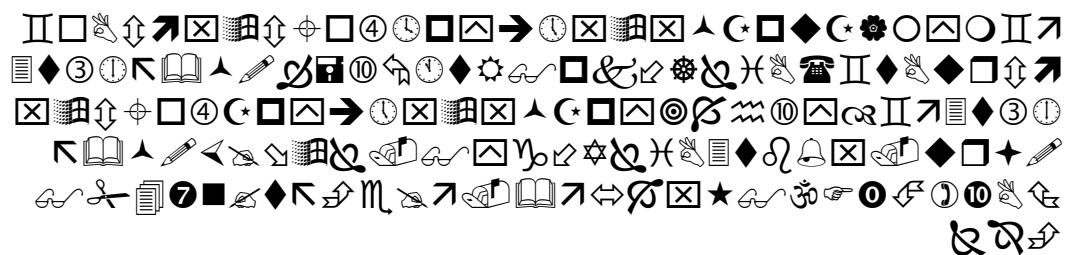
⁷ Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran*, (Pekanbaru: SUSKA Press, 2012), h. 83

bagi bidang usaha merupakan modal untuk mencapai tujuan, demikian juga sebaliknya, pemilihan lokasi yang salah akan menghambat segala gerak gerik usaha sehingga akan membatasi kemampuan memperoleh keuntungan maupun kelangsungan usaha. Pemilihan usaha yang tepat dan strategis kemungkinan akan memberikan laba yang maksimum bagi para pedagang.⁸

Teori Weber memandang lokasi dari sisi produksi sedangkan Teori August Losch memandang lokasi dari sisi permintaan. Kedua teori itu hanya melihat dari satu sisi. Sisi produksi hanya melihat lokasi yang memberi ongkos terkecil sedangkan sisi permintaan melihat pada penerimaan maksimal yang dapat diperoleh. Kedua pandangan itu perlu digabung, yaitu dengan mencari Lokasi yang memberikan keuntungan yang maksimal setelah memperhatikan lokasi yang menghasilkan ongkos terkecil dan lokasi yang memberikan penerimaan terbesar.⁹

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwasannya lokasi usaha sangat mempengaruhi pendapatan para pedagang, karena tempat yang strategis memungkinkan kalangan mana saja berminat untuk mengunjungi pasar, jadi para pedagang harus peka terhadap keinginan konsumen terutama masalah lokasi usaha yang didirikan.

Allah berfirman dalam surah An-Nisa ayat (4) : 85



⁸ Ibid, h. 112

⁹Robinson Tarigan, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), h. 146

Artinya: Barangsiapa yang memberikan syafa'at yang baik, niscaya ia akan memperoleh bahagian (pahala) dari padanya. dan Barangsiapa memberi syafa'at yang buruk, niscaya ia akan memikul bahagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.¹⁰

Dari ayat di atas menjelaskan bahwa syafa'at yang baik adalah sesuatu perbuatan yang memberikan kebaikan kepada orang lain, maka seseorang yang melakukannya akan mendapatkan pahala dari Allah, begitu juga sebaliknya syafa'at yang buruk adalah jika seseorang memberikan sesuatu atau manfaat yang buruk bagi orang lain, maka seseorang tersebut juga akan menanggungnya.

Namun sangat disayangkan, realita yang terjadi pada keberadaan pedagang kaki lima (PKL) memang sering tidak sejalan dengan kebijakan yang dibuat Pemerintah Kota. Pada saat ini, pedagang kaki lima selalu menjadi sasaran seperti halnya pedagang kaki lima pada umumnya, masalah pedagang kaki lima khususnya pedagang pakaian sering kali dilihat dari sisi tingkat gangguan yang ditimbulkan karena dipandang menghambat lalu lintas, merusak keindahan kota, membuat lingkungan menjadi kotor akibat membuang sampah sembarangan. Dalam menghadapi pedagang pakaian dengan bidang penataan kota misalnya, pemerintah kota sering mengambil kebijakan yang kurang menguntungkan bagi mereka. Hal ini bisa terjadi karena kurang komprehensifnya pengetahuan tentang keberadaan pedagang kaki lima khususnya pedagang pakaian yang ada di pasar senggol.

Keberadaan pedagang di Pasar Senggol di samping Rumah Sakit Jiwa tepatnya di belakang Giant Kecamatan Tampan Pekanbaru, masih banyak yang

¹⁰Departemen Agama RI. *Al-Quranul Karim dan Terjemahnya*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2007), h. 91

mengeluh mengenai lokasi yang kurang strategis, dimana mereka memperoleh lokasi berdagang yang jarang dijangkau oleh para pembeli. Tidak strategisnya lokasi yang mereka tempati ini tentunya menjadi masalah tersendiri bagi para pedagang, sehingga pendapatan mereka jauh lebih sedikit jika dibandingkan dengan pedagang yang memperoleh lokasi berdagang yang cukup banyak dikunjungi pembeli. Menurut para pedagang, dengan menempati lokasi usaha yang strategis maka mereka akan mendapatkan keuntungan lebih besar. Namun sebaliknya, tempat yang mereka tempati sekarang sangat tidak strategis karena jarang dikunjungi oleh pembeli.¹¹

Menilai dari gejala tersebut, maka peneliti ingin mengetahui hubungan lokasi usaha dagang dengan pendapatan para pedagang ditinjau menurut ekonomi Syariah. Untuk itu, penulis merasa tertarik melakukan suatu penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **Hubungan Lokasi Usaha Dagang Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian Pasar Senggol Kecamatan Tampan Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.**

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, supaya lebih terarah penulis membatasi permasalahan ini pada para pedagang yang hanya menjual pakaian yang berlokasi di Pasar Senggol Panam Kota Pekanbaru ditinjau menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

¹¹ Ibu Irma, *Pedagang Pakaian*, wawancara, pada tanggal 17 April 2014

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara lokasi usaha dagang terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Senggol Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap adanya hubungan lokasi usaha dagang dengan pendapatan pedagang pakaian di Pasar Senggol?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian:

- a. Untuk mengetahui lebih dalam hubungan lokasi usaha dagang dengan pendapatan pedagang pakaian di Pasar Senggol Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap adanya hubungan lokasi usaha dagang dengan pendapatan pakaian di Pasar Senggol.

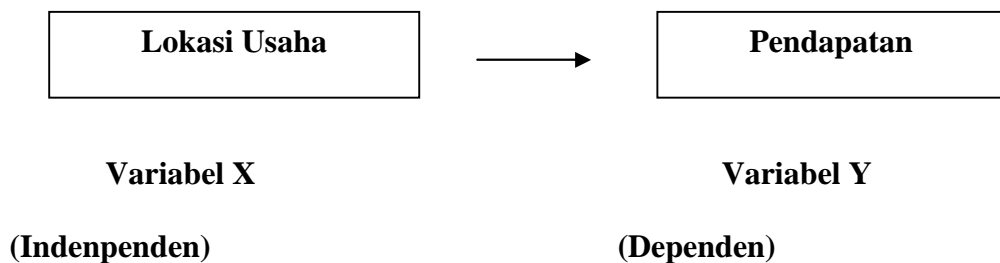
2. Kegunaan Penelitian:

- a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis terhadap permasalahan yang diteliti.
- b. Sebagai sumbangan pemikiran dalam *khazanah* ilmu pengetahuan, dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur skripsi tentang Ekonomi Islam di perpustakaan Uin Suska Riau.

- c. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan Studi Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Jurusan Ekonomi Islam, UIN SUSKA Riau.

E. Model Penelitian

Model dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa lokasi usaha dagang akan berdampak pada pendapatan para pedagang pakaian di Pasar Senggol. Dengan kata lain jika lokasi dagang sudah strategis dapat berpengaruh pada pendapatan para pedagang pakaian dan akan berdampak baik pada pengelola pasar itu sendiri, karena telah memberikan pendapatan yang lebih tinggi bagi para pedagang pakaian. Namun sebaliknya jika para pedagang di tempatkan tidak pada tempat yang strategis maka akan berpengaruh pada pendapatan para pedagang pakaian itu sendiri.



Adapun definisi Variabel adalah suatu defenisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan untuk mengukur variabel tersebut¹². Menjawab permasalahan-permasalahan pada penelitian ini perlu penulis sajikan operasionalisasi variabel sebagai berikut:

¹²Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), h. 126.

Tabel 1.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator	Skala
Lokasi (X)	Lokasi adalah tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan tempat memajang barang-barang dagangannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu Lintas 4. Tempat parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Persaingan 	Ordinal
Pendapatan (Y)	Pendapatan adalah uang dari barang dan jasa yang dihasilkan berdasarkan harga pasar yang berlaku (hasil jual beli barang dan jasa)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aturan Pemerintah 2. Kebutuhan 3. Perbandingan Tempat 4. Pendidikan 	Ordinal

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

Pengukuran variabel bebas dan variabel dalam penelitian ini diatur dengan skala likert dengan skala penilaian (skor) 1 sampai 4, dengan varian jawaban untuk masing-masing item pertanyaan sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) = Skor 4

Setuju (S) = Skor 3

Tidak Setuju (TS) = Skor 2

Sangat Tidak Setuju = Skor 1

F. Hipotesa

Berdasarkan permasalahan dan landasan analisis teori diatas dapat disusun suatu hipotesa yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara empiris yaitu:

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang pakaian Pasar Senggol Kecamatan Tampan Pekanbaru (**H_a**).
2. Tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara lokasi terhadap pendapatan pedagang pakaian Pasar Senggol Kecamatan Tampan Pekanbaru (**H_o**).

G. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Senggol Kecamatan Tampan Pekanbaru.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek Penelitian adalah orang-orang yang terlibat dalam penelitian. Sebagai subjek dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang Pakaian yang berlokasi di Pasar Senggol Kecamatan Tampan Pekanbaru,
- b. Objek penelitian adalah apa yang hendak diselidiki didalam kegiatan penelitian. Sebagai objek dari penelitian ini adalah hubungan lokasi usaha dagang terhadap pendapatan pedagang pakaian pasar senggol Kecamatan Tampan Pekanbaru menurut Perspektif Ekonomi Syariah

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.¹³ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang terlibat, yaitu para

¹³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta), h. 130-131

Pedagang pakaian pasar Senggol dengan jumlah 410 orang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu *Random Sampling* yaitu suatu cara pengambilan sampel yang dilakukan secara acak sederhana. Dalam menentukan jumlah sampel dihitung berdasarkan rumus slovin sebagai berikut¹⁴:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

d = nilai presisi (0,1)

Berdasarkan rumus yang diperoleh jumlah sampel (n) untuk berapa banyak jumlah sampel dalam penelitian sebagai berikut:

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

$$n = \frac{410}{410(0,1)^2 + 1} = \frac{410}{5,1}$$

$$= 80,39$$

Jumlah populasi 410 orang diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 80,39 atau 80 orang.

4. Sumber dan Jenis Data

a. Sumber Data

¹⁴Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), h. 115.

Sumber data adalah subyek darimana data dapat diperoleh. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah karyawan MTC dan para Pedagang Pasar Senggol.

b. Jenis data

1) Data Primer

Yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh seorang yang melakukan penelitian atau bersangkutan yang memerlukan¹⁵.

Data primer dalam penelitian ini adalah para Pedagang yang berlokasi di Pasar Senggol

2) Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi¹⁶. Data sekunder dalam penelitian ini adalah pihak pengelola Pasar Senggol yaitu MTC

5. Teknik dan Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulisan skripsi ini, maka penulis menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut :

¹⁵ Iqbal Hasan, *pokok-pokok Materi Statistik (statistik deskriptif)*, (Jakarta: PT Bumi aksara, 2002) Ed. Ke-2, Cet. Ke-3, h. 33

¹⁶ Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekta Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2008), h. 102

- a. Pengamatan (observasi), yaitu cara pengumpulan data dengan cara terjun langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti (populasi). Pengamatan disebut juga penelitian lapangan.
- b. Wawancara, yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara wawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai.
- c. Kuesioner, yaitu cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan (angket).¹⁷
- d. Studi dokumentasi, yaitu data yang diperoleh dari literatur atau buku-buku dan dokumen yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

6. Teknik dan Analisis Data

a. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung r tabel. Adapun rumus yang dipakai yaitu korelasi pearson produk moment :

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}}$$

keterangan: r = Koefisien Korelasi

x = Deviasi rata-rata variabel X

¹⁷ Iqbal Hasan, *Op.Cit*, h. 17

$$= X-x$$

$$y = \text{Deviasi rata-rata } Y$$

$$= Y-y$$

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil penelitian atas dasar waktu yang berbeda. Dalam artian lain, reliabilitas digunakan untuk menguji apakah instrument yang digunakan dalam waktu yang sama, akan menghasilkan data dan kesimpulan yang juga sama.

3. Uji Normalitas

Pengujian Normalitas data digunakan untuk menguji apakah data continue berdistribusi normal sehingga analisis validitas, realibilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.

b. Uji Hipotesis Penelitian

1. Analisa Regresi Linear Pertama

Analisa ini digunakan untuk menguji signifikan atau ada tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya.¹⁸ Dimana variabel Independen (X) adalah lokasi usaha dagang, sedangkan variabel Dependen (Y) adalah pendapatan pedagang pakaian.

$$Y = a + bX$$

Keterangan : Y = Pendapatan pedagang

¹⁸ Iqbal hasan, *Op-Cit*, h. 249

a = Konstan

b = Koefisien arah regresi linear

X = Lokasi usaha dagang

2. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel Independen (X) berhubungan secara signifikan terhadap dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel Independen terhadap variabel Dependen.

3. Koefisien Korelasi Sederhana (r)

Uji korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan yang terjadi. Dalam pengolahan data ini penulis menggunakan bantuan program SPSS 16.00.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan dan pembahasan dalam penelitian ini, maka penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan antara lain yang mencakup latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, model penelitian, hipotesa, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini menerangkan tentang Pasar Senggol Kecamatan Tampan, letak dan geografis Kecamatan Tampan, agama dan pendidikan, keadaan penduduk dan mata pencaharian, dan perekonomian.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Bab ini berisikan tentang teori yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian, berupa pengertian pendapatan, faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan, standar pendapatan yang baik, pendapatan dalam Ekonomi Islam pengertian lokasi dalam *marketing mix*, dan faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi.

BAB IV : HUBUNGAN LOKASI USAHA DAGANG TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN PASAR SENGGOL KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Bab ini menjelaskan tentang hubungan lokasi usaha dagang terhadap pendapatan pedagang pakaian pasar senggol Kecamatan Tampan Pekanbaru serta bagaimana tinjauan ekonomi islam tentang lokasi usaha dagang terhadap pendapatan pedagang pakaian pasar senggol di Kecamatan Tampan,

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran.