

Analisis Keberadaan Bisnis Waralaba (*Franchise*) Minimarket Terhadap Kelangsungan Toko Tradisional Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

(Studi Kasus di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat)

Analysis of Minimarket Franchise Business Existence Against Traditional Store Sustainability Viewed From Islamic Business Ethics

(Case Study in Mekarmukti Village, Cihampelas District Regency of West Bandung)

¹Hafni Yulistiani, ²Titin Suprihatin, ³Yayat Rahmat Hidayat

^{1,2,3}*Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung*

Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

email: ¹hafniyulistiani@gmail.com, ²titinsuprihatin62@gmail.com, ³yayatrahmathidayat@unisba.ac.id

Abstract. One of the franchises mushrooming in the society to the countryside is a minimarket. The number of minimarkets which is located close enough to traditional stores causes traditional store to be threatened due to decreasing turnover, capital, and profits because the customers prefer shopping at the minimarket to shopping at traditional stores. The rule in Islam emphasizes the existence of ethics in business so that no party feels aggrieved during running the business. The purpose of this research is to know: the concept of Islamic business ethics and the regulation of mini-franchise business, the condition of minimarket franchise and traditional store business, and analysis of the existence of the minimarket franchise business to the sustainability of traditional stores in Mekarmukti Village, Cihampelas District, West Bandung Regency viewed from Islamic business ethics. The research method used is qualitative descriptive, that is research that describes existing condition and analyses the phenomenon. The techniques of this research are interview, observation, and literature study. The results of this study is that business ethics of Islam is a value that is based on norms in the business world in order to achieve business goals in accordance with sharia. The time of mini-market is very long compared to traditional stores. The distance of minimarket and traditional store is too close, and the neglect of Islamic business ethics and regulations on minimarket franchises impacts on reducing profits, turnover, capital, the number of customers and traditional stores. So it is necessary that the government make policy for the sake of the continuity of traditional stores.

Keywords: Franchising, Sustainability, Traditional Stores.

Abstrak. Salah satu bentuk waralaba yang menjamur di masyarakat bahkan sampai ke pedesaan adalah waralaba *minimarket*. Jumlah *minimarket* yang jaraknya hanya beberapa meter dari toko tradisional menyebabkan keberlangsungan toko tradisional terancam karena omset, modal, dan keuntungan yang diperoleh menjadi berkurang akibat pelanggan yang lebih memilih berbelanja di *minimarket* dari pada berbelanja di toko tradisional. Islam menekankan adanya etika dalam berbisnis agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan selama menjalankan usaha tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: konsep etika bisnis Islam dan peraturan bisnis waralaba *minimarket*, kondisi bisnis waralaba *minimarket* dan toko tradisional di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat, dan analisis keberadaan bisnis waralaba *minimarket* terhadap kelangsungan toko tradisional yang terjadi di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat yang ditinjau dari etika bisnis Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik penelitian menggunakan teknik wawancara, observasi, serta studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini, yang dimaksud dengan etika bisnis Islam adalah nilai yang berdasarkan norma dalam dunia bisnis guna mencapai tujuan bisnis yang sesuai dengan syariah. Bisnis waralaba *minimarket* dan toko tradisional memiliki perbedaan dari segi waktu usaha dimana waktu usaha *minimarket* sangat lama dibanding dengan toko tradisional, jarak *minimarket* yang terlalu dekat dengan toko tradisional, serta pengabaian unsur etika bisnis Islam dan peraturan-peraturan tentang waralaba *minimarket* yang berdampak kepada berkurangnya keuntungan, omset, modal, jumlah pelanggan dan jumlah toko tradisional yang menurun setiap harinya. Sehingga perlu tatanan dari pihak pemerintah yang terkait agar kelangsungan toko tradisional tidak terancam.

Kata Kunci: Waralaba, Kelangsungan, Toko Tradisional.

A. Pendahuluan

Ekonomi Islam adalah praktik ekonomi yang dilandasi nilai-nilai Islam. Salah satu asas yang mendasari perekonomian Islam adalah asas saling menguntungkan dan tidak merugikan pihak lain. Meskipun di dalam Islam tidak melarang kebebasan dan berkreasi dalam melakukan usaha namun dalam hal kompetisi haruslah dengan persaingan yang sehat.¹

Waralaba merupakan bentuk kerjasama dimana *franchisor* (pihak yang memiliki sistem atau cara dalam bisnis) memberikan izin atau haknya kepada *franchisee* (pihak yang membeli waralaba atau sistem dari *franchisor* sehingga berhak menjalankan bisnis sesuai dengan cara yang dikembangkan oleh *franchisor*) untuk menggunakan hak intelektualnya, seperti nama, merek dagang, produk/jasa, dan sistem operasi usahanya dalam jangka waktu tertentu.²

Salah satu bentuk waralaba yang menjamur di masyarakat bahkan sampai ke pedesaan adalah waralaba *minimarket*. Jumlah *minimarket* yang semakin bertambah serta jarak *minimarket* dengan toko tradisional yang berdekatan menyebabkan persaingan yang ketat diantara keduanya.

Menurut salah seorang pedagang toko tradisional di Desa Mekarmukti, akibat berdirinya bisnis waralaba *minimarket* seperti Alfamart dan Indomaret, pendapatan atau omset yang diperoleh semakin berkurang, pengunjung yang biasanya berbelanja ke toko milik beliau menjadi beralih berbelanja ke *minimarket* sehingga beliau mengalami kerugian yang cukup besar dan stok barangnya menjadi berkurang, meskipun usaha toko tersebut sudah berjalan sangat lama.³

Sebagaimana latar belakang masalah diatas, maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Analisis Keberadaan Bisnis Waralaba (Franchise) Minimarket Terhadap Kelangsungan Toko Tradisional Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihameplas Kabupaten Bandung Barat)”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: konsep etika bisnis Islam, kondisi bisnis waralaba *minimarket* di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat, dan menganalisis keberadaan bisnis waralaba *minimarket* terhadap kelangsungan toko tradisional yang terjadi di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.

B. Landasan teori

Etika Bisnis Islam

Pengertian etika bisnis menurut Faisal Badroen adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas dan norma para pelaku bisnis dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan bisnis yang sesuai dengan syariah. Moralitas disini berarti aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia.⁴

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam:⁵

¹ M.Nur Rianto Al Alif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: Era Intermedia, 2011, hlm. 13.

² Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008, hlm. 48.

³ Wawancara dengan Pemilik Toko Tradisional, di Desa Mekarmukti tanggal 20 Maret 2018.

⁴ Faisal Badroen (dkk.), *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006. hlm. 13.

⁵ Norvadewi. “Bisnis dalam Perfektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)”, Al-Tajary, Vol.01, No. 01, Desember 2015, hlm. 37.

- a. *Customer Oriented* (Kepuasan Pekanggan): Prinsip etika bisnis Islam ini berarti bahwa pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan/profit saja, tetapi berbisnis dengan tujuan membrikan kepuasan kepada pelanggan dengan memperhatikan etika sehingga pelanggan akan merasa nyaman dan tak henti-hentinya datang untuk berbelanja.

Sebagaimana Firman Allah dalam QS. Ali-Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنَا فَتَلْنَا بِهِمْ وَإِنَّا لَنَافِقُونَ لَهُمْ فَأَعْفُ
عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُتَوَكِّلِينَ

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (QS. Ali-Imran (3): 159).⁶

Teori lemah lembut kepada sesama dalam QS. Ali-Imran ayat 159 ini mempunyai kesamaan dengan teori kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Pelanggan harus dilayani sepenuh hati dan mempedulikan sesama, mengenal dengan baik pribadi atau karakteristiknya serta melayani dengan hati. Karena apabila mukmin berhati keras, tidak peduli terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai.

- b. *Transparansi*: Prinsip etika bisnis ini, misalnya menjelaskan kualitas, kuantitas dan komposisi barang-barang yang dijual.
- c. *Persaingan yang sehat*: Seyogianya ditunjukkan dengan cara berlomba-lomba dalam kebaikan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya dan tidak mematikan usaha bisnis pesaingnya.
- d. *Fairness* (Keadilan): Memberikan apa yang menjadi hak orang lain dan tidak adanya perlakuan diskriminatif. Wujud keadilan kepada pelanggan adalah mendapatkan barang dan atau jasa yang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijadikan, dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Peraturan Bisnis Waralaba *Minimarket*

Pengertian waralaba menurut Peraturan Pemerintah RI No. 42 tahun 2007 adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.⁷ Yang dimaksud dengan *minimarket* adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Al-Jumanatul 'Ali*, Bandung: CV Penerbit J-ART, 2005, hlm. 72.

⁷ Peraturan Pemerintah RI No 42 tahun 2007 Tentang Waralaba Pasal 1.

secara eceran langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan mandiri (swalayan).⁸ Pendirian *minimarket* menurut Peraturan Presiden RI No.112 tahun 2007 Pasal 3 luas *minimarket* harus kurang dari 400 m² dengan sistem penjualan eceran berupa barang konsumsi terutama produk rumah tangga lainnya. Menurut Pasal 4 pendirian toko modern harus memperhitungkan sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan.⁹

Yang dimaksud dengan perlindungan menurut Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat No.21 tahun 2011 adalah upaya pemerintah daerah dalam melindungi pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi dari persaingan yang tidak sehat dengan pasar modern, toko modern dan sejenisnya, sehingga tetap eksis dan mampu berkembang menjadi lebih baik sebagai layaknya suatu usaha. Perbendaryaan adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi agar tetap eksis dan mampu berkembang menjadi suatu usaha yang lebih berkualitas baik dari aspek manajemen dan fisik/tempat agar dapat bersaing dengan pasar modern. Penataan adalah segala upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk mengatur dan menata keberadaan dan pendirian pasar modern di suatu daerah, agar tidak merugikan dan mematikan pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang ada.¹⁰

Zonasi diatur dalam Pasal 16 ayat 4 yaitu khusus untuk toko modern, ditetapkan jarak dari pasar tradisional:¹¹

- a. 500 m (lima ratus meter) untuk daerah lingkungan perkotaan; dan
- b. 1000 m (seribu meter) untuk daerah lingkungan pedesaan.

Pendirian *minimarket* diatur dalam Pasal 17 yaitu wajib melakukan analisis kondisi sosial ekonomi masyarakat dengan memperhatikan:¹²

- 1) Kepadatan penduduk
- 2) Perkembangan pemukiman baru
- 3) Aksesibilitas arus lalu lintas
- 4) Dukungan/ketersediaan infrastruktur
- 5) Keberadaan pasar tradisional dan warung/toko di wilayah sekitar yang lebih kecil daripada *minimarket* tersebut, dan
- 6) Kemitraan dengan UMKM lokal.

Waktu pelayanan diatur dalam Pasal 25 sebagaimana berikut:¹³

- 1) Waktu pelayanan pusat perbelanjaan dan toko modern ditetapkan sebagai berikut:
 - a. Untuk hari Senin sampai dengan Jumat, pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB; dan
 - b. Untuk hari Sabtu dan Minggu, pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 23.00 WIB.
- 2) Untuk hari besar keagamaan, libur nasional atau hari tertentu lainnya ditetapkan mulai pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 24.00 WIB.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

⁸ Peraturan Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 21 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pasar, Retribusi Pelayanan Pasar dan Retribusi Pasar Grosir dan/atau Pertokoan, Pasal 1.

⁹ Peraturan Presiden RI No.112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian dan Toko Modern, Pasal 3 dan 4.

¹⁰ Peraturan Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 21 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pasar, Retribusi Pelayanan Pasar dan Retribusi Pasar Grosir dan/atau Pertokoan, Pasal 1.

¹¹ *Ibid*, Pasal 16.

¹² *Ibid*, Pasal 17.

¹³ *Ibid*, Pasal 25.

Perbandingan Waktu Usaha

Waktu usaha adalah waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha dimulai sejak persiapan sampai usaha tutup. Waktu usaha sangat berhubungan dan berpengaruh terhadap jumlah pendapatan, dimana setiap penambahan waktu usaha akan semakin membuka peluang bagi bertambahnya omset penjualan.

Bisnis waralaba *minimarket* Indomaret dan Alfamart di Desa Mekarmukti beroperasi mulai pukul 07.00 WIB sampai dengan pukul 23.00 WIB setiap harinya secara konsisten, berbeda dengan toko tradisional yang rata-rata beroperasi mulai pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 16.30 WIB, sehingga menurut penulis, telah menyalahi peraturan yang telah ditetapkan pemerintah daerah, karena dari sisi waktu operasional dapat berpengaruh terhadap jumlah keuntungan yang diperoleh toko tradisional.

Perbandingan Kualitas Pelayanan

Dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh *minimarket* berbeda dengan pelayanan yang diberikan oleh toko tradisional misalnya di *minimarket* menggunakan alat-alat modern, tempat berbelanja yang bersih dan nyaman, pelanggan dapat mengambil langsung barang yang akan dibelinya. Di toko tradisional kualitas pelayanan masih sederhana karena pelanggan tidak bisa mengambil langsung barang-barang yang dibutuhkan, sistem perhitungan masih menggunakan kalkulator sehingga terkadang memakan waktu lama sehingga menyebabkan pelanggan lebih memilih berbelanja di *minimarket* dari pada di toko tradisional karena kualitas pelayanan yang baik serta sesuai dengan salah satu prinsip etika bisnis Islam yaitu berbisnis tidak hanya mengejar keuntungan/profit saja tetapi juga memenuhi harapan pelanggan sehingga akan berdampak kepada kepuasan pelanggan.

Perbandingan Harga

Dari segi harga barang-barang kebutuhan sehari-hari yang ditetapkan di toko tradisional dan *minimarket* tidak mengalami perbedaan yang signifikan hanya saja di *minimarket* pelanggan mendapat kemudahan dalam melakukan estimasi harga karena sudah tercantum di rak-rak sehingga pelanggan dapat leluasa memilih jenis produk dengan harga yang sesuai dengan kemampuan pelanggan, berbeda dengan toko tradisional dimana pelanggan harus bertanya terlebih dahulu harga setiap barangnya kepada pemilik toko, bahkan kadang-kadang pemilik toko kurang konsisten memberikan harga kepada pelanggan, misalnya pelanggan setianya biasanya pemilik toko akan memberikan harga yang lebih murah atau memberikan potongan, sedangkan di *minimarket* tidak ada perbedaan harga yang diberikan kepada semua pelanggan. Sehingga keberadaan *minimarket* menjadi pesaing sehat toko tradisional karena keduanya berlomba-lomba memberikan sesuatu yang terbaik bagi pelanggan.

Perbandingan Keuntungan

Perubahan keuntungan yang terjadi di toko tradisional akibat dari jarak toko tradisional dengan *minimarket* yang berdekatan dan selisih waktu usaha. Menurut hasil analisis, keuntungan yang diperoleh *minimarket* lebih besar dari pada keuntungan yang diperoleh toko tradisional karena jam operasional *minimarket* lebih lama serta kualitas produk dan pelayanan yang terjamin menyebabkan pelanggan lebih memilih berbelanja di *minimarket*.

Keberadaan bisnis *minimarket* tidak terlepas dari adanya aturan-aturan yang mengaturnya, namun pada kenyataannya ada beberapa peraturan yang belum dijalankan sebagaimana mestinya, seperti Peraturan Presiden RI No.112 tahun 2007 tentang

penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern pasal 4 yang berbunyi “Pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern harus memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan” namun kenyataannya pendirian *minimarket* tidak selalu memperhatikan UMKM sekitar misalnya toko tradisional sehingga mengancam keberlangsungan toko tradisional tersebut.

Salah satu upaya pemerintah yang tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 21 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pasar, Retribusi Pelayanan Pasar dan Retribusi Pasar Grosir dan/atau Pertokoan, dalam Pasal 1 sebagaimana berikut: “perlindungan adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi dari persaingan yang tidak sehat dengan pasar modern, toko modern dan sejenisnya, sehingga tetap eksis dan mampu berkembang menjadi lebih baik sebagai layaknya suatu usaha.” Namun pada kenyataannya, upaya-upaya pemerintah belum terlaksana dengan baik dari segi perlindungan terhadap toko-toko tradisional yang merupakan UMKM yang seharusnya tetap eksis dan mampu berkembang menjadi lebih baik justru keberlangsungannya terancam akibat dari pendirian *minimarket* yang terlalu dekat dengan toko tradisional.

Dari segi zonasi diatur dalam Pasal 16 ayat 4 butir “b” bahwa jarak toko modern (*minimarket*) untuk lingkungan pedesaan harus minimal 1000 m (seribu meter) tetapi kenyataannya jarak antara toko tradisional dengan *minimarket* hanya berjarak sekitar 7 meter sampai dengan 10 meter saja. Sehingga tidak sesuai dengan aturan yang telah dibuat dan ditetapkan oleh pemerintah daerah sehingga perlu penertiban kembali dari pihak pemerintah agar toko tradisional tidak merasa keberadaannya dirugikan.

Pengabaian etika bisnis Islam dan peraturan-peraturan yang telah ditetapkan tersebut berdampak kepada jumlah keuntungan, omset dan modal yang dipeoleh toko tradisional menjadi menurun sehingga sulit untuk mengembangkan usahanya karena tidak adanya perputaran modal. Jumlah pelanggan berkurang karena lebih memilih berbelanja di *minimarket* dari pada di toko tradisional sehingga jumlah toko tradisional di Desa tersebut menjadi berkurang karena ada toko tradisional yang tidak dapat mempertahankan eksistensinya tersebut sehingga ia terpaksa gulung tikar.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis penulis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konsep etika bisnis Islam harus memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam diantaranya kepuasan pelanggan, transparansi, persaingan yang sehat dan keadilan. Serta harus memperhatikan nilai dasar etika bisnis Islam yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab serta kebenaran, kebijakan dan kejujuran agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

Peraturan bisnis waralaba *minimarket* dari segi zonasi yaitu 1000 meter untuk daerah pedesaan, dari segi waktu operasional dimulai pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 23.00 WIB. Namun keberadaan bisnis waralaba *minimarket* yang berdekatan dengan toko tradisional serta pengabaian unsur etika bisnis Islam dan peraturan-peraturan waralaba *minimarket* yang belum sepenuhnya terlaksana tersebut berdampak kepada terancamnya keberadaan toko tradisional.

2. Kondisi bisnis waralaba *minimarket* di Desa Mekamukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat selalu memberikan pelayanan yang maksimal, karyawan *minimarket* yang ramah, tanggap dalam menghadapi keluhan pelanggan serta fasilitas-fasilitas yang memadai sehingga pelanggan merasa puas

berbelanja di *minimarket* tersebut.

Kondisi toko tradisional di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat terkesan kumuh dan tidak menjaga kebersihan karena tempat usaha yang kecil, pelayanan yang kurang maksimal karena jumlah karyawan yang terbatas, namun dari segi harga toko tradisional terkadang memberikan harga yang lebih murah kepada pelanggan setianya.

3. Keberadaan bisnis waralaba *minimarket* terhadap kelangsungan toko tradisional di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat berdampak pada penurunan modal, menurunnya omset, berkurangnya keuntungan serta berkurangnya pelanggan yang datang berbelanja ke toko tradisional serta berdampak pada berkurangnya jumlah toko tradisional di Desa tersebut yang sebelumnya berjumlah 7 toko tradisional menjadi 5 toko tradisional. Hal ini disebabkan karena jarak antara *minimarket* dengan toko tradisional yang berdekatan, keunggulan-keunggulan *minimarket* yang tidak dimiliki oleh toko tradisional, tidak adanya motivasi bagi toko tradisional karena tidak adanya kemitraan dengan *minimarket*. Namun keberadaan *minimarket* dapat berpengaruh positif kepada pelanggan di Desa Mekarmukti karena masyarakat dapat merasakan berbelanja dengan teknologi yang modern.

Daftar Pustaka

- Al Alif, M.Nur Rianto. (2011). *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Jakarta: Era Intermedia.
- Sutedi, Adrian. (2008). *Hukum Waralaba*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Badroen, Faisal (dkk.). (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Norvadewi. (2015). *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)*. Al-Tajary, Vol.01 (01), 37.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian dan Toko Modern.
- Peraturan pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 21 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pasar, retribusi Pelayanan Pasar dan Retribusi Pasar Grosir dan/atau Pertokoan.
- Wawancara dengan Bapak H.Wawan Pemilik Toko Tradisional, di Desa Mekarmukti, 20 Maret 2018.