

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI..	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian.....	14
E. Hasil Penelitian Terdahulu	15
F. Kerangka Berpikir	23
G. Hipotesis.....	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Manajemen Sumber Daya Manusia	30
B. Tinjauan Konsep Kinerja	33
C. Tinjauan Kualitas Produk.....	36
D. Tinjauan konsep Lokasi	42
E. Tinjauan Konsep Pasar.....	44
F. Tinjauan Pedagang	49
G. Tinjauan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.	58
H. Tinjauan Prinsip Etika Bisnis Islam	59

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	63
B. Operasioanal variabel penelitian.	63
C. Jenis dan Sumber Data	66
D. Teknik Sampling.... ..	68
E. Teknik Pengumpulan Data	69
F. Teknik Analisa Data.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.... ..	77
1. Gambaran Umum Objek penelitian.....	77
2. Visi dan Misi Kecamatan Ciamis	79
3. Perkembangan Perdagangan di Kecamatan Ciamis	81
B. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	83
1. Deskripsi Responden.....	83
2. Uji Validitas dan Reabilitas	90
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	94
4. Uji Analisis Kuantitatif	97
C. Pembahasan Hasil Penelitian	109
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	119
B. Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Sarana Perdagangan Di Kabupaten Ciamis	9
Tabel 1.2 Data pertumbuhan Mini Market Di Kabupaten Ciamis, 2022	10
Tabel 1.3 Data Pertumbuhan Supermarket Di Kabupaten Ciamis.....	10
Tabel 1.4 Data Banyaknya Pasar Modern Perkecamatan Di Kabupaten Ciamis ...	10
Tabel 1.5 Hasil Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2.1 Pengertian Teori Lokasi	47
Tabel 2.2 Perbedaan Toko Modern Dan Toko Kelontong	54
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	73
Tabel 3.2 Bobot Kriteria Jawaban Skala Likert	80
Tabel 4.1 Luas Wilayah kabupaten Ciamis	88
Tabel 4.2 Jumlah Sarana Pedagang Di Kabupaten Ciamis	90
Tabel 4.3 Banyaknya Toko Modern Di kabupaten Ciamis, 2019,2020,2021	91
Tabel 4.4 Demografi Tahun Lahir Responden	93
Tabel 4.5 Demografi Pendidikan Terakhir Responden	95
Tabel 4.6 Demografi Status Kinerja Responden	96
Tabel 4.7 Demografi Jenis Toko Kelontong Responden.....	97
Tabel 4.8 Demografis Lama Berdiri Toko Kelontong Responden	97
Tabel 4.9 Kategori Skala	99
Tabel 4.10 Distribusi Tanggapan Variabel Kinerja	100
Tabel 4.11 Distribusi Tanggapan Variabel Kualitas Produk.....	100
Tabel 4.12 Distribusi Tanggapan Variabel Lokasi	101
Tabel 4.13 distribusi tanggapan variabel pedagang kelontong(Y)	101
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja.....	102
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	103
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	103
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel Pedagang Kelontong (Y).....	104
Tabel 4.18 Hasil Uji Reabilitas Variabel X1, X2, X3 dan Y	105

Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas Variabel X1,X2,X3 Dan Y	106
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinieritas	108
Tabel 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas	109
Tabel 4.22 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Kinerja Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis	110
Tabel 4.23 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana Pengaruh kualitas produk Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis	111
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Lokasi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis.....	111
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinansi Variabel Kinerja Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis.....	112
Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinansi Variabel kualitas produk Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis.....	113
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinansi Variabel lokasi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis.....	113
Tabel 4.28 Hasil Uji T Variabel Kinerja Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis.....	114
Tabel 4.29 Hasil Uji T Variabel Kualitas Produk Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis	114
Tabel 4.30 Hasil Uji T Variabel lokasi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis.....	115
Tabel 4.31 Hasil Uji Analisis Kolerasi Variabel Kinerja Terhadap Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis.....	116
Tabel 4.32 Hasil Uji Analisis Kolerasi Variabel Kualitas Produk Terhadap Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis	116
Tabel 4.33 Hasil Uji Analisis Kolerasi Variabel lokasi erhadap Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis.....	117

Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Linier Berganda (Kinerja, Kualitas Produk, Dan Lokasi) Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis	118
Tabel 4.35 Hasil Uji Model Summary Variabel (Kinerja, Kualitas Produk Dan Lokasi).....	119
Tabel 4.36 Hasil Uji ANOVA uji F (Simultan)	120



DAFTAR GAMBAR

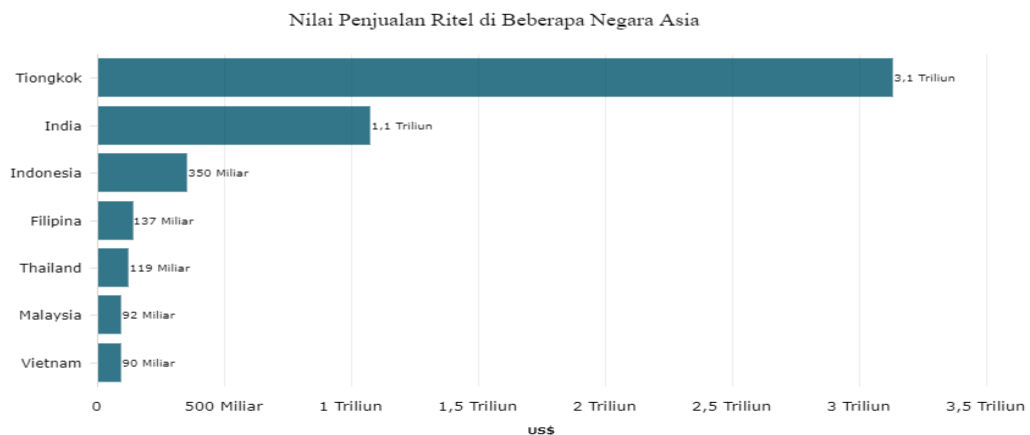
Gambar 1.1 Perkembangan Ritel Di Asia Tenggara	4
Gambar 1.2 Penjualan Ritel Melalui <i>E-Commers</i>	6
Gambar 1.3 Perkembangan UMKM Di Jawa Barat	8
Gambar 1.4 Perkembangan Toko Kelontong Di Kabupaten Ciamis.....	12
Gambar 1.5 Skema Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1 Demografi Tahun Lahir Responden	94
Gambar 4.2 Demografi Hasil Pendidikan Terakhir Responden	95
Gambar 4.3 Demografi Status Kinerja Responden	96
Gambar 4.4 Demografi Jenis Toko Responden.....	97
Gambar 4.5 Demografi Lama Berdirinya Toko Kelontong Responden	98
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas Histogram	107
Gambar 4.7 Hasil Uji Grafik Normalitas Probability Plot	107
Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskidas Grafik Scatterplot.....	109
Gambar 4.9 Skema Variabel Secara Parsial Dan Simultan (Kinerja, Kualitas Produk Dan Lokasi) Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Pedagang Kelontong Di Kabupaten Ciamis	121



BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara di Asia dengan jumlah pertumbuhan penjualan ritel hingga 3% setiap tahunnya.¹ Pertumbuhan dari bisnis ritel modern di Indonesia sendiri dalam periode 5 tahun terakhir rata-rata mencapai 19,22% per tahun.² Pertumbuhan baik penjualan ritel maupun bisnis ritel di Provinsi Jawa Barat pun mengalami peningkatan pertahunnya.



Gambar 1. 1 Penjualan Ritel di Asia Tenggara

Sumber : Nielsen Indonesia, PT (The Nielsen Company), 2019

Berdasarkan gambar di atas terdapat perkembangan bahwa negara Indonesia merupakan peringkat ke-3 setelah Tiongkok dan India artinya bahwa perkembangan ritel modern terus meningkat.

Perkembangan pasar modern di Indonesia meningkat lebih pesat dibandingkan perkembangan pasar tradisionalnya. Pembangunan pasar modern yang berkembang pesat, dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap eksistensi pasar tradisional dan para pelaku usaha sejenis disekitarnya. Dalam Survei AC Nielsen menyatakan “dari total 5.000 mini market di Indonesia, Alfamart mampu menguasai pangsa pasar sebesar 33%. Alfamart menduduki posisi ke2 setelah Indomart dengan market share 35%”. Maka tidak menutup

¹ www.bi.go.id

² www.bi.go.id