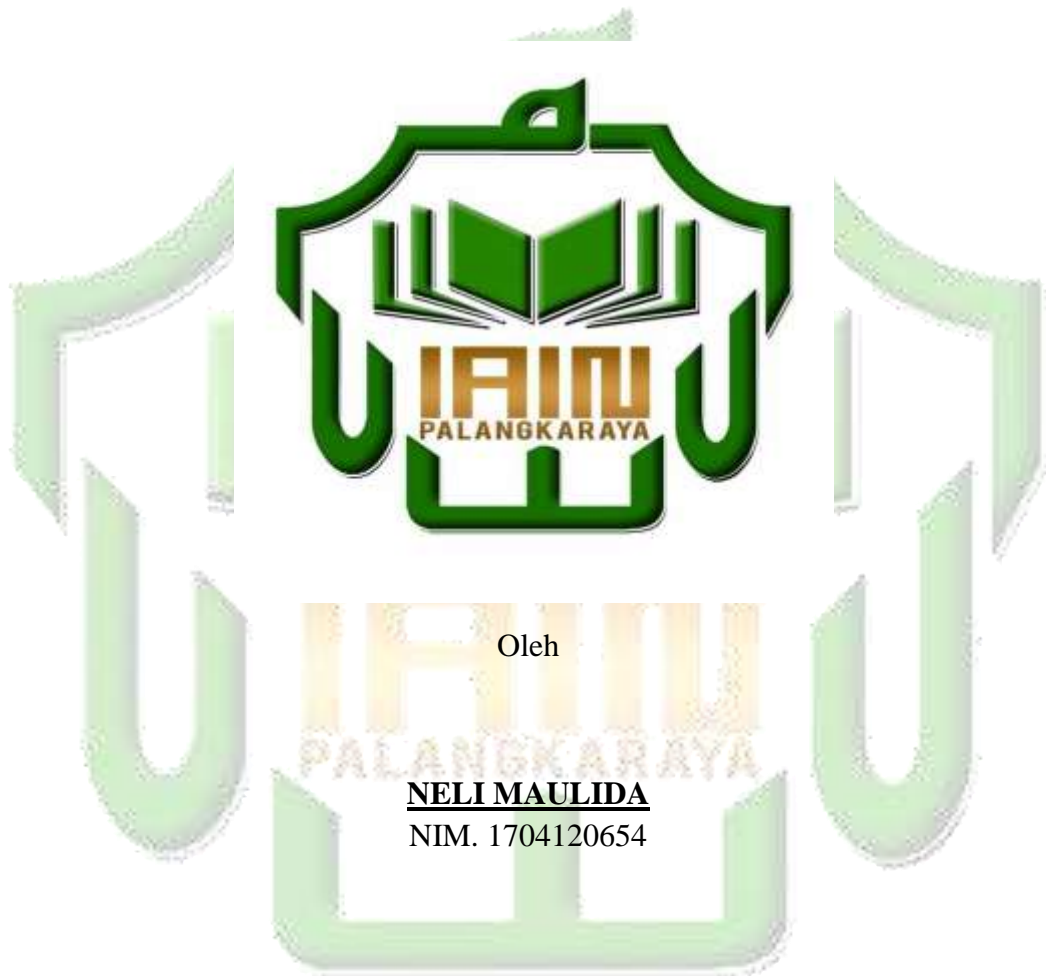


**PELUANG BISNIS PRODUK USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH
DI INDOMARET *HYBRID* PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh

NELI MAULIDA

NIM. 1704120654

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKARAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
TAHUN AJARAN 2021 M/1442 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **PELUANG BISNIS PRODUK USAHA MIKRO,
KECIL DAN MENENGAH DI INDOMARET
HYBRID PALANGKA RAYA**

NAMA : NELI MAULIDA

NIM : 1704120654

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, April 2021

Menyetujui

Dosen Pembimbing I

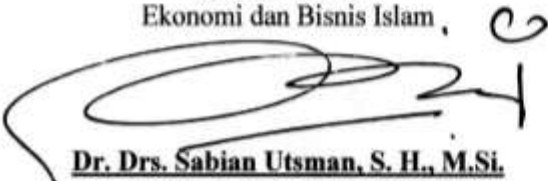

Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI., M.HI.
NIP. 198207072006041003

Dosen Pembimbing II

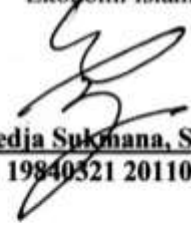

Jefry Tarantang, S.Sv., S.H., M.H.
NIP. 198910252019031010

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Drs. Sabian Utsman, S. H., M.Si.
NIP. 196311091992031004

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam


Enriko Tedja Sulaksana, S.Th.L., M.Si.
NIP. 19840521 201101 1 012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudari Neli Maulida

Palangka Raya, April 2021
Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
IAIN Palangka Raya
di-
Palangka Raya

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh.

Setelah membaca, memeriksa, dan mengadakan perbaikan seperlunya,
maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara :

Nama : **NELI MAULIDA**
NIM : **1704120654**
Judul : **PELUANG BISNIS PRODUK USAHA MIKRO, KECIL
DAN MENENGAH DI INDOMARET *HYBRID*
PALANGKA RAYA**

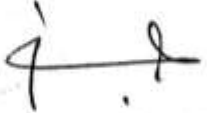
Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah.
Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warrahmatullah Wabarrakatuh.

Dosen Pembimbing I


Dr. Ahmad Dakhoir, S.HL., M.HL.
NIP. 198207072006041003

Dosen Pembimbing II


Jefry Tarantang, S.Sy., S.H., M.H.
NIP. 198910252019031010

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Peluang Bisnis Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indomaret *Hybrid* Palangka Raya”. Oleh Neli Maulida, NIM: 1704120654 telah *dimunaqasahkan* oleh tim Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 05 Mei 2021

TIM PENGUJI

1. **Dr. Syarifuddin, M.Ag**
(Ketua Sidang/Penguji)

(.....)

2. **Ali Sadikin, M.SI**
(Penguji I)

(.....)

3. **Dr. Ahmad Dakhoir, M.HI**
(Penguji II)

(.....)

4. **Jefry Tarantang, M.H**
(Sekretaris/Penguji)

(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H., M.Si.
NIP. 19631109 199203 1 004

PELUANG BISNIS PRODUK USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI INDOMARET *HYBRID* PALANGKA RAYA

Oleh Neli Maulida

NIM 1704120654

ABSTRAK

Indomaret merupakan salah satu minimarket yang banyak tersebar di Indonesia, Selain itu, Indomaret juga menyediakan kesempatan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memasukkan produknya agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Dalam hal penerimaan produk Indomaret akan melakukan berbagai macam tahapan dalam rangka memastikan bahwa produk tersebut benar-benar berkualitas baik dan layak untuk dijual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis (1) Kriteria produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dapat masuk ke Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya, (2) Tantangan produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk bisa masuk ke Indomaret *Hybrid* Palangka Raya, dan (3) Peluang bisnis produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret *Hybrid* Palangka Raya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi, kontekstual dan konseptual. Sumber data pada penelitian ini yaitu pelaku UMKM/Supplier produk UMKM di Indomaret *Hybrid* Kota Palangka Raya, Pihak Dinas Koperasi dan UKM dan Pihak Indomaret. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui tahapan data *collection*, data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing*.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Kriteria utama dari suatu produk UMKM yang dapat dipromosikan/dimasukkan ke dalam Indomaret adalah produk UMKM harus terdaftar di dinas terkait, memiliki izin PIRT (Perijinan Industri Rumah Tangga), IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil), dan sertifikat halal MUI. Selain itu kriteria lainnya yang juga wajib diperhatikan oleh pelaku UMKM adalah dari segi kemasan, yakni harus rapi, aman, higienis, tercantum tanggal kadaluarsa, dan mempunyai harga yang terjangkau. (2) Tantangan suatu produk untuk bisa masuk ke Indomaret Kota Palangka Raya adalah dari segi modal karena biaya operasional seperti mengurus perizinan, pelabelan, dan kemasan yang tentunya membutuhkan dana, dari segi kriteria produk yang cukup rumit karena harus berstandar toko ritel modern, prosedur pengajuan produk yang cukup panjang dan cenderung rumit. (3) Peluang masuk produk UMKM ke Indomaret kota Palangka Raya dapat dikatakan masih kecil dikarenakan kemitraan yang terjalin antara Indomaret dan UMKM di kota Palangka Raya belum terimplementasikan dengan baik karena kurangnya komitmen, pengawasan yang masih minim, kurang optimalnya pembinaan dari Indomaret dan tidak semua produk UMKM yang masuk dapat diterima dan lolos di Indomaret Palangka Raya.

Kata Kunci: Peluang, Bisnis, Produk, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Indomaret
BUSINESS OPPORTUNITIES FOR MICRO, SMALL, AND MEDIUM

ENTERPRISE PRODUCTS IN INDOMARET HYBRID PALANGKA RAYA

By Neli Maulida

NIM 1704120654

ABSTRACT

Indomaret is one of the minimarkets that are widely spread in Indonesia. Indomaret also provides opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to put their products so that the products can be better known by the public. In product acceptance, Indomaret will have various stages to ensure that the products are really having good quality and worth selling. This study aims to find out and analyze (1) The criteria for MSME products that can enter Indomaret Hybrid Palangka Raya, (2) The challenges for MSME products to enter Indomaret Hybrid Palangka Raya, and (3) The business opportunities for MSME products in Indomaret Hybrid Palangka Raya.

This study was field research using qualitative method and phenomenological, contextual, and conceptual approaches. The data sources of the study were MSME actors/Suppliers of MSME products in Indomaret Hybrid Palangka Raya, Department of Cooperatives and SMEs, and Indomaret parties. Moreover, the data collection technique of the study was by observation, interviews, and documentation. The data were then analyzed through the stages of data collection, data reduction, data display, and conclusion drawing.

The results of the study are (1) The main criteria of MSME products that can be promoted/entered into Indomaret is that the products must be registered in related agencies, having PIRT (Home Industry Licensing), IUMK (Micro and Small Business License), and MUI (Indonesian Council of Ulama) halal certificate. The additional criteria are that the products must be neat, safe, hygienic, including the expiration date, and affordable. (2) The challenges for MSME products to enter Indomaret Hybrid Palangka Raya is in terms of capital due to operational costs such as taking care of licensing, labeling and packaging which of course require funds, in terms of product criteria which are quite complicated because they have to be standardized by modern retail stores, and the procedure of product submission tend to be quite long and complicated. (3) The opportunity of MSME products entering Indomaret Palangka Raya can be stated as still small due to the partnership between Indomaret and MSMEs in Palangka Raya have not been implemented well because of the lack of commitment, supervision, less optimal guidance from Indomaret and not all of MSME products can be accepted in Indomaret Hybrid Palangka Raya.

Keywords: Opportunity, Business, Product, Micro, Small, and Medium Enterprises, Indomaret



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PELUANG BISNIS PRODUK USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI INDOMARET *HYBRID* PALANGKA RAYA”** dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi Junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW., Khatamun Nabiyyin beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumil qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan ribuan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
3. Bapak Riza Hafizi, SE., M.Sc selaku dosen penasehat akademik selama penulis menjalani perkuliahan.
4. Bapak Enriko Tedja Sukmana, M. Si selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Negeri Palangka Raya.

5. Bapak Dr. Ahmad Dakhoir. M.H.I selaku pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan yang luar biasa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Jefry Tarantang, S.Sy., S.H., M.H selaku pembimbing II penulis yang telah memberikan bimbingan luar biasa, nasehat, serta waktunya selama penelitian dan penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Seluruh dosen Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya khususnya Program Studi Ekonomi Syariah yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah meluangkan waktu, materi, tenaga untuk dapat membagi ilmu di sela kesibukan.
8. Terimakasih banyak kepada kedua orang tua saya yang telah membesarkan saya, menguliahkan saya, memotivasi saya untuk bisa menyelesaikan kuliah, karena dari kedua orang tua saya, saya bisa seperti ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palangka Raya, April 2021

Penulis

NELI MAULIDA
NIM. 1704120654

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Neli Maulida
Nim : 1704120654
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Peluang Bisnis Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret Hybrid Palangka Raya**” adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat dari karya orang lain, maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, April 2021

Yang Membuat Pernyataan,



NELI MAULIDA
NIM. 1704120654

MOTTO

اللَّهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَالْعُدَّةَ وَإِنِ الْإِثْمَ عَلَى تَعَاوُنُوهُ ۖ وَلَا تَتَّقُوا مَن دُونِ اللَّهِ بِرِّ عَلَى تَعَاوُنُوهُ ۗ
الْعِقَابِ شَدِيدٍ ۗ إِنَّ اللَّهَ إِنَّ ۖ

“...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.”

QS. Al-Maidah [5] : 2

هُوَ الَّذِي ۖ جَعَلَ لَكُمُ الْآرْضَ دَلُورًا ۖ فَا مَشُوا فِي ۖ مَنَآكِبِهَا وَكُلُوا مِن ۖ رِّزْقِهِ ۖ
النُّشُورُ ۖ وَإِلَى ۖ

“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”

QS. Al-Mulk [67] : 15

IAIN
PALANGKARAYA

PERSEMBAHAN



Alhamdulillah rabbilAlamiin.. Rasa Syukur yang berlimpah kepada Allah Subhanahu wa ta'ala karena taburan cinta dan kasih sayang-Nya yang telah memberikan hamba nikmat yang tak terhingga, kesehatan, kekuatan, kesabaran dan kemudahan yang pada akhirnya membuat saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga hamba selalu bisa lebih pandai bersyukur lagi atas semua kenikmatan yang telah diberikan. Serta atas cobaan yang diberikan, semoga dengan itu hamba bisa selalu lebih mengingat & selalu dekat dengan-Mu ya Rabb. Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Shallallahu' alaihi Wasallam.

Teruntuk Mama dan Abah, Abdul Muin dan Ida Yanti yang selama ini telah memberikan kasih sayang, doa, semangat, dukungan, motivasi yang diberikan kepada saya dalam mewujudkan cita-cita anaknya. Semoga Mama dan Abah diberikan umur panjang, kesehatan, rezeki yang berlimpah, selalu dalam lindungan Allah Subhanahu wa ta'ala dan diberikan keselamatan dunia akhirat. Aamiin.

Teruntuk seluruh keluarga yang selalu memberikan semangat dan motivasi terkhusus kepada Paman saya, Rahmani yang tak pernah lepas memberikan doa terbaik dan dukungan berkuliah hingga titik ini. Semoga diberi kesehatan, rezeki yang berlimpah dan keselamatan dunia akhirat. Aamiin.

Teruntuk Dosen Pembimbing saya, Bapak Dr. Ahmad Dakhoir, M.HI dan Bapak Jefry Tarantang, S.Sy., S.H., M.H ribuan terimakasih saya ucapkan atas bimbingan serta arahan Bapak selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kebaikan Bapak menjadi amal jariyah yang pada nantinya dapat membawa kebaikan serta keberkahan baik di dunia maupun di akhirat.

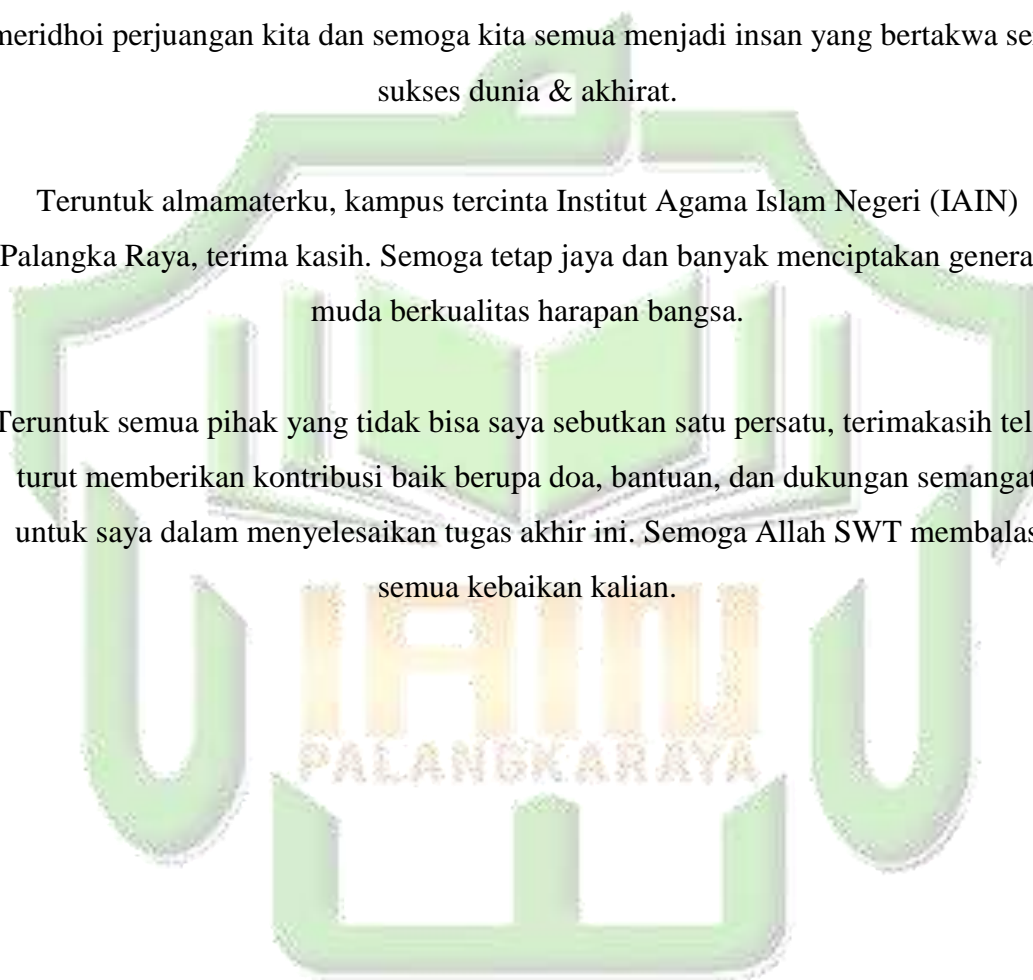
Teruntuk sahabat-sahabatku, Aya Alyasna, Radawiyah, Sri Rahayu, Zahratul Muna terimakasih banyak selama ini telah bersedia kebersamai, menyemangati,

mendoakan, selalu siap membantuku dikala aku mengalami kesulitan. Semoga kita menjadi sahabat sampai ke Syurga-Nya.

Teruntuk teman-teman seperjuanganku, ESY 17' khususnya ESY-C yang telah memberikan banyak kenangan indah, baik suka maupun duka selama 4 tahun kita bersama menempuh pendidikan di IAIN Palangka Raya. Kalian adalah sebuah keluarga yang terbentuk karena mimpi dan perjuangan yang sama. Semoga Allah meridhoi perjuangan kita dan semoga kita semua menjadi insan yang bertakwa serta sukses dunia & akhirat.

Teruntuk almamaterku, kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, terima kasih. Semoga tetap jaya dan banyak menciptakan generasi muda berkualitas harapan bangsa.

Teruntuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah turut memberikan kontribusi baik berupa doa, bantuan, dan dukungan semangat untuk saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik
غ	Gain	G	Ge

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap

متعقدین	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliya</i>
---------------	---------	--------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan

Apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لألن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>żawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl As-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Masalah.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Landasan Teori.....	12
1. Teori Kemitraan.....	12
a. Pengertian Kemitraan	12
b. Tujuan Kemitraan	14
c. Pola Kemitraan	15
2. Teori <i>Syirkah Ta'awuniah</i>	16
a. Pengertian <i>Syirkah Ta'awuniah</i>	16
b. Dasar Hukum <i>Syirkah Ta'awuniah</i>	17
c. Hikmah <i>Syirkah</i>	19

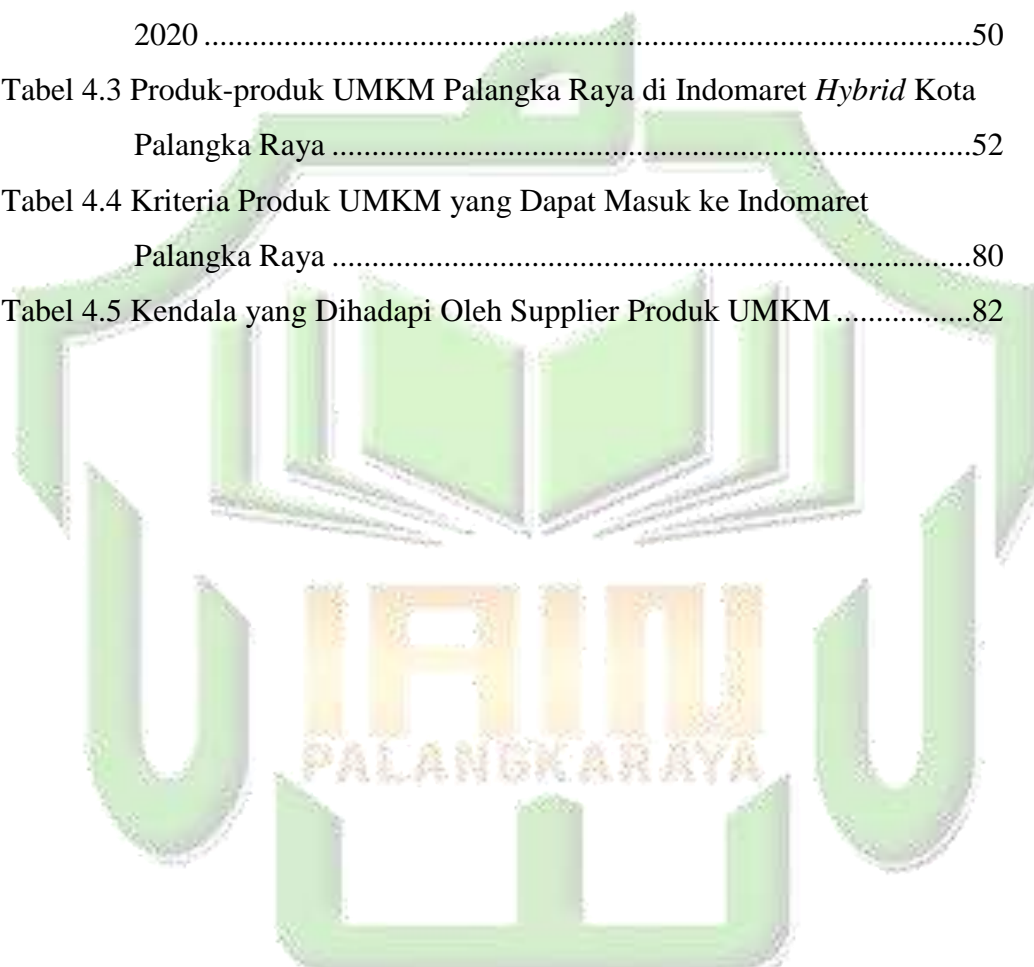
C. Kajian Konseptual.....	20
1. Pembinaan UMKM	20
a. Pengertian Pembinaan.....	20
b. Tujuan Pembinaan	26
D. Kerangka Pikir	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	28
B. Waktu dan Tempat Penelitian	29
C. Subjek dan Objek Penelitian	30
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Pengabsahan Data	35
F. Analisis Data	38
G. Sistematika Penulisan	40
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	41
A. Gambaran Umum Indomaret.....	41
1. Sejarah Indomaret	41
2. Visi dan Budaya Perusahaan	48
B. Penyajian Data	49
1. Kriteria Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang Dapat Masuk ke Indomaret <i>Hybrid</i> Palangka Raya	53
2. Tantangan Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Untuk Bisa Masuk ke Indomaret <i>Hybrid</i> Palangka Raya	56
3. Peluang Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret <i>Hybrid</i> Palangka Raya.....	58
C. Analisis Data	78
1. Kriteria Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang Dapat Masuk ke Indomaret <i>Hybrid</i> Palangka Raya	78
2. Tantangan Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Untuk Bisa Masuk ke Indomaret <i>Hybrid</i> Palangka Raya	81
3. Peluang Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret <i>Hybrid</i> Palangka Raya.....	84

BAB V PENUTUP	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Indomaret Tempat Penelitian Peneliti.....	29
Tabel 4.1 Laporan Toko Modern (Indomaret) yang Sudah Terdaftar Tahun 2019-2021	46
Tabel 4.2 Pertumbuhan UMKM di Palangka Raya Per 30 September 2020	50
Tabel 4.3 Produk-produk UMKM Palangka Raya di Indomaret <i>Hybrid</i> Kota Palangka Raya	52
Tabel 4.4 Kriteria Produk UMKM yang Dapat Masuk ke Indomaret Palangka Raya	80
Tabel 4.5 Kendala yang Dihadapi Oleh Supplier Produk UMKM	82



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan, maka pada tahun 1988 didirikanlah sebuah gerai yang diberi nama Indomaret. Sejalan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Guna mengakomodasi tujuan tersebut, beberapa orang karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai modern berdasarkan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman.¹

Indomaret merupakan salah satu minimarket yang banyak tersebar di Indonesia, jika dapat menyetorkan atau memasarkan produk ke indomaret maka nantinya produk dapat lebih luas untuk diketahui banyak masyarakat. Selain itu ketika produk masuk ke dalam indomaret, berarti sudah terjamin kualitasnya. Karena pihak indomaret sendiripun tidak mungkin hanya menerima produk dari pelaku usaha tanpa adanya tahapan dan aturan produk yang dapat dijual pada pihak indomaret. Namun ketika produk sudah lolos dan dapat dipasarkan di indomaret maka akan lebih banyak keuntungannya. Jika peluang produk bagus, maka pihak indomaretpun pastinya akan sanggup

¹Indomaret.co.id, *Sejarah dan Visi* (Online 17 Desember 2020)

untuk meluaskan produk dari pelaku usaha. Dengan adanya sarana penjualan melalui indomaret, berarti menghemat biaya untuk pemasaran produk. Tentunya tidak perlu banyak berpikir untuk memperhitungkan banyak pengeluaran, seperti bayaran listrik, karyawan toko, sewa tempat atau membangun tempat yang strategis. Namun dengan diberikan kemudahan oleh pihak indomaret, maka pemasok produk wajib mengikuti persyaratan yang telah diberikan indomaret.²

Pelaku UMKM yang sudah bermitra atau bekerjasama dengan Indomaret mungkin akan mendapatkan sebuah jaminan peluang usaha, produknya yang tersebar luas dan dikenal masyarakat. Namun hal ini juga membutuhkan beberapa usaha dan kerja keras untuk bisa menjadi mitra Indomaret. Sesuai dengan apa yang diperoleh nantinya tentu saja proses dan persyaratan akan sulit dan ribet. Hal ini diberatkan pada kriteria produk yang dianggap UMKM sulit dan ribet untuk dipenuhi karena harus berstandar toko modern.

Perkembangan kota Palangka Raya dalam bidang perdagangan begitu maju sedemikian pesat yang membawa dampak perkembangan di bidang usaha mikro kecil menengah, perkembangan tersebut sangat berperan bagus dalam dunia perekonomian yang ada di kota Palangka Raya pada dasarnya dapat memberikan perubahan yang penting bagi kehidupan masyarakat, oleh karena itu keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah atau di sebut dengan UMKM dituntut untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin

²MaiMunch, *Tips Agar Produk Anda Diterima Masuk Ke Indomaret*, dikemas.com (Online 28 September 2020)

spesifik dan harga murah sehingga usahanya tetap berkembang dan memuaskan konsumen.

Saat ini sebagian usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Palangka Raya mitra Indomaret sudah tidak bingung lagi dalam memasarkan produknya. Namun di sisi lain saat ini pelaku UMKM masih kekurangan modal untuk memperbanyak produknya. UMKM masih sulit mendapatkan permodalan dari lembaga pembiayaan. Sehingga usaha UMKM juga belum bisa dikembangkan secara luas. Padahal di sisi lain permintaan terhadap produk yang dititipkan melalui Indomaret laku keras. Adanya UMKM yang omsetnya mencapai Rp 150 juta perbulan. Mereka sebenarnya ingin menambah modal namun sulit untuk mendapatkan pinjaman. Oleh karena itu pihaknya berharap para pelaku UMKM saat ini sudah bermitra dengan Gerai Indomaret dan sebagian ke swalayan modern supaya dapat pinjaman modal.

Menurut Kasi Peningkatan Kualitas Kewirausahaan pada Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya, dengan adanya gerai Indomaret untuk UMKM menunjukkan progress yang baik bagi keberadaan pelaku UMKM. Diketahui produk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang dijual di Gerai Indomaret tidak hanya makanan kering saja, tapi juga kue basah. Kue basah yang lagi laris manis di Gerai Indomaret seperti roti keju, pukis, bolu, dan lainnya. Bahkan ada pula es buah, dan kolak. Menurut kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Palangka Raya, Afendie menjelaskan untuk membantu memasarkan produk UMKM, maka dinasnya menjalin kerja sama dengan PT Indomarco Primatama Indomaret. Awal *launching* mitra Indomaret di tahun

2017, dari 33 produk yang masuk, hanya ada 24 produk yang lolos verifikasi. Ke-24 produk UMKM yang bisa dijual di gerai Indomaret adalah kripik singkah uwei original, kripik singkah pedas manis dan kripik ujuu original. Kemudian kripik ujuu pedas manis, kripik singkah sawit, krupuk ikan lais original, krupuk ikan lais pedas manis, rengginang ikan lais dan krupuk ikan saluang original. Selanjutnya krupuk ikan saluang pedas manis, cookies dan snack kalakai, amplang ikan tenggiri original, stick ikan tenggiri dan amplang pipih. Kripik pisang rasa coklat, kripik pisang rasa barbeque, kripik kalakai pedas, kripik singkong hitam, kripik pare jagung manis, kripik pare pedas manis, kripik kalakai, snake sale pisang, dan saluang kentucky. Dengan adanya produk UMKM yang dijual di gerai Indomaret semakin mempermudah masyarakat, wisatawan lokal maupun mancanegara untuk memperoleh oleh-oleh khas Kota Palangka Raya.³

Meski UMKM telah berkembang, namun pihaknya terus memantau perkembangan usaha mereka agar tetap eksis, sehingga produk mereka bisa bersaing di pasar. Di sisi lain juga diharapkan kepedulian semua pihak, mulai dari aparat pemerintah kelurahan ikut mendukung keberadaan UMKM agar terus berkembang dan konsumen merasa puas membeli produk yang dihasilkan UMKM, yang akan memberikan dampak positif bagi perkembangan UMKM yang ada di kota Palangka Raya itu sendiri maupun citra Indomaret sebagai etalasenya. Melihat adanya peluang bagus bagi pelaku UMKM untuk bermitra di Indomaret, memberikan dampak positif

³Media Center, Palangka Raya, *5 Gerai Indomaret Jajakan Produk UMKM Palangka Raya*, indomaret.co.id (Online 20 Juni 2020)

bagi para pelaku UMKM Palangka Raya. Dalam memilih lokasi peneliti lebih memilih di Indomaret *hybrid* atau yang ada mitra Indomaretnya. Berdasarkan uraian di atas, peneliti kemudian melakukan penelitian yang berjudul **“Peluang bisnis produk usaha mikro, kecil dan menengah di Indomaret *Hybrid* Palangka Raya”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apa kriteria produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dapat masuk ke Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya?
2. Apa saja tantangan produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk bisa masuk ke Indomaret *Hybrid* Palangka Raya?
3. Bagaimana peluang bisnis produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret *Hybrid* Palangka Raya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kriteria produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dapat masuk ke Indomaret *Hybrid* Palangka Raya
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tantangan produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk bisa masuk ke Indomaret *Hybrid* Palangka Raya
3. Untuk mengetahui dan menganalisis peluang bisnis produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret *Hybrid* Palangka Raya

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

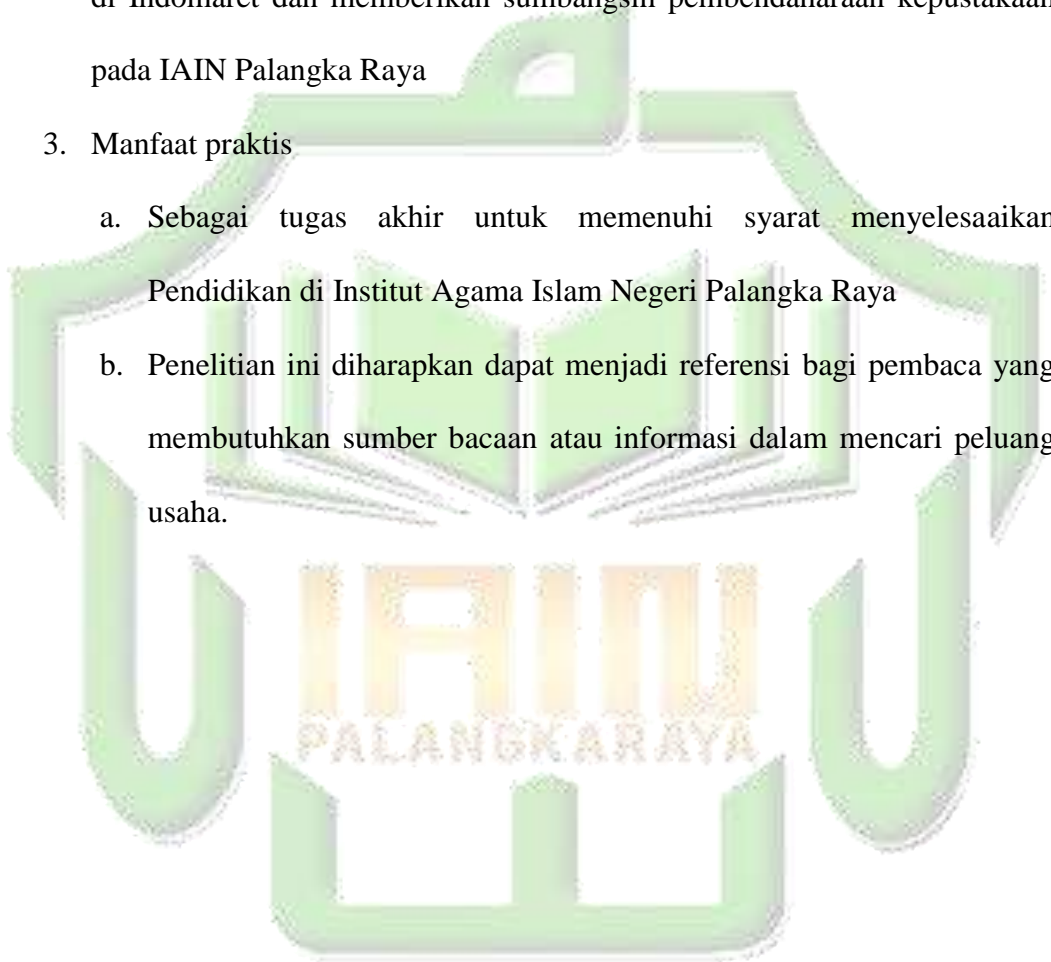
Menambah wawasan pengetahuan di bidang ekonomi syariah, khususnya mengenai peluang bisnis produk UMKM di Indomaret

2. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang kriteria, tantangan dan peluang bisnis produk UMKM di Indomaret dan memberikan sumbangsih pembendaharaan kepustakaan pada IAIN Palangka Raya

3. Manfaat praktis

- a. Sebagai tugas akhir untuk memenuhi syarat menyelesaikan Pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca yang membutuhkan sumber bacaan atau informasi dalam mencari peluang usaha.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Peneliti tertarik mengambil judul penelitian “Peluang Bisnis Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret *Hybrid* Palangka Raya” dengan merujuk kajian terdahulu sebagai berikut:

1. Helen Malinda, *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi, 2017, dengan hasil:

Strategi pengembangan usaha di perusahaan Cahaya Bahari dilakukan melalui strategi produk yaitu dengan memberikan kualitas produk bakso yang enak sesuai dengan selera masyarakat dan adanya varian produk bakso. Selain itu perusahaan Cahaya Bahari menggunakan strategi dengan cara meningkatkan serta menjaga kualitas rasa bakso dan menjaga kebersihan bakso ikan, kemudian jika dilihat dari segi harga perusahaan Cahaya Bahari menetapkan harga yang terjangkau bagi semua kalangan konsumen. Jika dilihat dari strategi pengembangan seperti promosi usaha Cahaya Bahari menetapkan promosi penjualan melalui dua cara dari segi media dan tempat, media seperti penyebaran brosur sedangkan tempat perusahaan melakukan perluasan dan pelebaran lokasi serta memperbanyak karyawan. Dari strategi-strategi yang diterapkan perusahaan Cahaya Bahari tersebut sudah mampu berjalan dengan baik serta dapat bersaing dengan *home industri* lainnya khususnya di bidang bakso ikan yang terdapat di Lampung.⁴

2. Beni Rinaldi, *Implementasi Kebijakan Pengembangan UMKM oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Mikro Kota TanjungPinang*, Skripsi, 2018, dengan hasil:

⁴Helen Malinda, *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi, Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2017

Implementasi kebijakan pengembangan UMKM oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Mikro kota TanjungPinang, masih belum baik. Terutama jika dilihat dari indikator kepatuhan kelompok sasaran. Dimana pelaku UMKM yang ada di kota TanjungPinang masih kurang ikut berpartisipasi dalam mengikuti pelatihan-pelatihan, seminar, workshop serta bimbingan teknis yang diadakan oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Mikro kota TanjungPinang. Dilihat dari indikator dampak nyata kebijakan, seperti meningkatkan sumber daya manusia dan meningkatkan akses pasar, produksi dan daya saing UMKM. Maka implementasi kebijakan pengembangan UMKM oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Mikro kota TanjungPinang, menunjukkan kondisi yang belum baik secara menyeluruh, namun ke depannya akan terus dibina. Hal ini dapat disebabkan karena kebijakan yang belum tersosialisasi secara merata kepada para pelaku UMKM serta kirangnya kepatuhan kelompok sasaran. Dilihat dari indikator revisi kebijakan, baik itu perbaikan maupun penyesuaian kebijakan dan sosialisasi kebijakan. Maka implementasi kebijakan pengembangan UMKM oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Mikro kota TanjungPinang, menunjukkan kondisi yang belum berjalan dengan baik. Ini disebabkan kurangnya evaluasi ataupun monitoring terhadap kebijakan serta masih kirangnya supervise yang bertugas dalam evaluasi dan monitoring terhadap implementasi kebijakan pengembangan UMKM tersebut.⁵

3. Ahmad Dakhoir, *Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern*, Jurnal Studi Agama dan Masyarakat ISSN: 1829-8257; ISSN: 2540-8232, Vol. 14 No. 01, 2018, dengan hasil:

Sebaran konstruksi toko modern telah mulai memenuhi Kota Palangka raya. Terkait zona jarak radius 0,5 km² antara toko modern dengan pasar/toko tradisional maka 56 unit toko modern tidak memenuhi syarat. Dimana rata-rata toko modern tersebut mempunyai jarak yang relatif dekat dengan toko/pasar tradisional dan usaha kecil sejenisnya. Berdasarkan jumlah penduduk minimal pendukung, maka daya tampung maksimum toko modern di Kota Palangka Raya adalah 930 unit termasuk minimarket, hypermart, supermarket, departemen store dan sejenisnya. Berdasarkan tingkat

⁵Beni Rinaldi, Implementasi Kebijakan Pengembangan UMKM oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Mikro Kota TanjungPinang, Skripsi, 2018.

kepadatan dan pertumbuhan penduduk di Kota Palangka Raya, maka perkembangan toko modern mengarah pada dua kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut dan Jekan Raya. Namun tidak menutup kemungkinan pendirian toko modern di Kecamatan lain dapat dikembangkan seiring dengan laju pertumbuhan dan tingkat kepadatan penduduk. Berdasarkan kondisi di lapangan, program kemitraan toko modern dengan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) telah didokumentasikan namun belum terimplementasi dengan baik karena kurangnya komitmen dan pengawasan yang masih minim. Berdasarkan hasil observasi, toko modern telah menyerap 75% tenaga kerja lokal dengan sistem pengupahan sesuai Upah Minimum Kota (UMK). Keberadaan pasar modern secara umum memiliki 2 dampak yang harus diperhatikan yaitu, untuk dampak positif pendirian toko modern di Kota Palangka Raya dapat mendorong pertumbuhan sosial dan ekonomi kota. Sedangkan dampak negatifnya adalah mengancam ketahanan toko/pasar tradisional dan usaha kecil sejenisnya serta dapat memicu kerawanan sosial (disharmonisasi). Terkait dengan CSR, toko modern belum menerapkan program tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) pada masyarakat sekitar sesuai dengan peraturan yang berlaku.⁶

4. Gusti Muhammad Ferry Firdaus, *Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM) oleh Hypermart Berbasis Program Kemitraan Kota Palangka Raya*, Skripsi, 2018, dengan hasil:

UMKM Palangka Raya sangat membutuhkan Pembinaan dan Pendampingan dalam menjalankan usaha mereka. Karena masih banyak pelaku usaha yang belum banyak mengerti betul tentang menjalankan usahanya seperti Pengolahan produk, izin usaha, keemasan dan lainnya. Terlebih minimnya pengetahuan ini dialami oleh para pelaku UMKM yang baru memulai dan merintis usahanya. Karena banyaknya ketika masih baru memulai usaha yang mereka pikirkan hanyalah menjualkan dagangan mereka tanpa memikirkan kualitas dan mutu produk yang mereka jual. Maka dari itu peran Pemerintah Kota dan Usaha Besar/Hypermart perlu memberikan Pembinaan, Pendampingan, dan pelatihan terhadap UMKM Palangka Raya sehingga memberikan ilmu dan wawasan yang baru dalam menggeluti dunia usaha ini. Pembinaan dapat dilakukan dengan berbagai bidang seperti Bidang Produksi dan Pengolahan, Bidang pemasaran, Bidang Teknologi, dan

⁶Ahmad Dakhoir, *Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern*, Jurnal Studi Agama dan Masyarakat, ISSN: 1829-8257; ISSN: 2540-8232, Vol. 14 No. 01, 2018.

Bidang Sumber Daya Manusia untuk meningkatkan UMKM lebih mandiri, kreatif dan banyak ide untuk berinovasi dalam mengolah produk. Adanya Pembinaan atau Pendampingan Program Kemitraan terhadap UMKM ini pun dapat dikatakan sebagai bentuk tanggung jawab sosial (CSR) yang dilakukan ritel modern atau Hypermart untuk menjadi jalan meningkatnya pertumbuhan ekonomi lokal khususnya di Kota Palangka Raya.⁷

5. Rahmat Kurniawan, *Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Padangsidimpuan*,

At-Tawassuth: Vol IV No.1 Januari-Juni 2019, dengan hasil:

Persepsi UMKM terhadap toko modern adalah berdampak negatif dan positif. Dampak negatifnya, pendapatan UMKM mengalami penurunan. Dampak positifnya, kehadiran toko modern memberikan motivasi kepada UMKM untuk dapat berbenah dan mengevaluasi diri dari toko modern. Kemitraan yang dijalin oleh UMKM dengan toko modern adalah penggunaan lokasi usaha yang disediakan oleh toko modern, dengan program “Tenan” dan program “Sewa Teras”. Tetapi dalam hal kemitraan dalam hal pemasaran produk lokal UMKM Kota Padangsidimpuan belum ada. Kendala yang dihadapi oleh UMKM adalah modal usaha, sumber daya manusia, legalitas usaha, izin usaha dan produk. Sementara kendala yang dihadapi oleh toko modern adalah masalah izin usaha, sumber daya manusia dan kemitraan dengan UMKM. Peranan pemerintah Kota Padangsidimpuan untuk mengatasi permasalahan UMKM dan toko modern adalah Bagi toko modern yaitu memberikan himbauan agar tidak menambah outlet toko modern dan menghimbau untuk melakukan kemitraan dalam hal memasarkan produk lokal UMKM guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi, investasi dan daya beli melalui pemberdayaan melalui koperasi, UMKM, dan ekonomi kreatif yang ada di Kota Padangsidimpuan. Bagi UMKM, memfasilitasi UMKM dengan lembaga perbankan dalam hal pemberian modal usaha, pelatihan dan pembinaan terhadap UMKM, dan membuat rumah Kemasan.⁸

⁷Gusti Muhammad Ferry Firdaus, *Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM) oleh Hypermart Berbasis Program Kemitraan Kota Palangka Raya*, Skripsi, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2018

⁸Rahmat Kurniawan, “*Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Padangsidimpuan*”, At-Tawassuth: Vol IV No.1 Januari-Juni 2019

Dari beberapa penelitian di atas, sepengetahuan penulis belum ada yang meneliti tentang Peluang Bisnis Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret Palangka Raya. Untuk memudahkan dalam membedakan penelitian penulis dengan para peneliti terdahulu dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.1

Perbedaan dan Persamaan serta Kedudukan Penelitian Penulis

No	Nama, Judul, Tahun dan Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kedudukan Penelitian
1	Helen Malinda, Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam, Skripsi, 2017, Kajian Lapangan	Mengkaji tentang Bisnis UKM sebagai objek penelitian	Strategi pengembangan bisnis UKM	Studi kasus pada usaha bakso ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan
2	Beni Rinaldi, Implementasi Kebijakan Pengembanan UMKM oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Mikro Kota TanjungPinang, Skripsi, 2018, Kajian Lapangan	Mengkaji tentang UMKM	Impelentasi Kebijakan Pengembangan UMKM	Studi analisis Implementasi Kebijakan Pengembanan UMKM oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Mikro Kota TanjungPinang
3	Ahmad Dakhoir, Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern, Jurnal Studi Agama dan Masyarakat, Vol. 14 No. 01, 2018	Mengkaji tentang UKM Palangka Raya dan Kemitraan UKM dengan Indomaret	Eksistensi UKM dan pasar tradisional dalam kebijakan pengembangan pasar modern	Studi analisis eksistensi Usaha Kecil Menengah dan pasar tradisional dalam kebijakan pengembangan pasar modern di kota Palangka Raya
4	Gusti Muhammad Ferry Firdaus, Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM) oleh Hypermart Berbasis Program Kemitraan Kota Palangka Raya, Skripsi, 2018, Kajian Lapangan	Mengkaji tentang kemitraan UKM	Manajemen pembinaan dan kemitraan (UKM) Hypermart	Studi analisis pembinaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UKM) oleh hypermart berbasis program kemitraan kota Palangka Raya
5	Rahmat Kurniawan, Analisis	Mengkaji	Dampak Toko	Studi kasus di

Dampak Toko Modern Terhadap Keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Padangsidimpuan, At-Tawassuth: Vol IV No.1 Januari-Juni 2019.	tentang UMKM	Modern terhadap UMKM	Kota Padangsidimpuan
--	--------------	----------------------	----------------------

Sumber: Diolah oleh Peneliti

B. Landasan Teori

1. Teori Kemitraan

a. Pengertian Kemitraan

Kemitraan berawal dari kata *partnership* yang artinya persekutuan atau perkongsian. Kemitraan dapat dimaknai sebagai bentuk persekutuan antara dua pihak atau lebih yang berbentuk suatu ikatan kerjasama.⁹ Mitra juga mampu diartikan sebagai sahabat, teman, kawan kerja, pasangan kerja atau rekan yang terpercaya. Seperti pendapat dari Pusat Pengembangan dan Pembinaan Bahasa yaitu kemitraan berasal dari kata mitra (diangkat dari bahasa jawa) “Mitro” yang berarti kawan kerja atau pasangan kerja.¹⁰

Berlandaskan pada konsep dasar dari kemitraan dalam menjalin suatu hubungan kerja sama, telah ditetapkan dalam Ketentuan Umum Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tercantum dalam Pasal 1 yang menyatakan bahwa: “Kemitraan adalah kerjasama usaha antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah dan atau dengan Usaha Besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh Usaha Menengah dan atau

⁹Ambar Teguh Sulistyani, *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*, Yogyakarta: Gavamedia, 2004, h. 129.

¹⁰Fauzan Zakaria, *Pola Kemitraan Agribisnis*, Gorontalo: Ideas Publishing, 2015, h. 15.

Usaha Besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan”¹¹.

Adapun pengertian teori kemitraan dari pendapat para ahli, yaitu:

1) Menurut Sentonoe Kertonegoro, kemitraan adalah:

Kerjasama yang saling menguntungkan antar pihak yang bermitra, dengan menempatkan kedua pihak dalam posisi sederajat.¹²

2) Menurut Ramelan, kemitraan adalah:

Pemberian sebagian kewenangan pemerintah kepada pihak swasta untuk melaksanakan sebagian atau seluruh kegiatan pembangunan dan pengoperasian infrastruktur.¹³

3) Menurut Hafsah, kemitraan adalah:

Suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.¹⁴

4) Menurut Ninuk Purmaningsih, kemitraan adalah:

Salah satu bentuk jalinan kerjasama antar berbagai pihak dalam pengembangan usaha untuk mewujudkan tujuan bersama dan mampu meningkatkan pendapatan melalui peningkatan daya saing serta mampu meningkatkan kualitas organisasi¹⁵

5) Menurut Sumarto, kemitraan adalah:

Hubungan yang terjadi antara *civil society*, pemerintah dan sektor swasta dalam rangka mencapai suatu tujuan yang

¹¹Fitri Ismail. Soni Akhmad. Dkk, “Pemberdayaan Masyarakat Program Kemitraan Pt. Telekomunikasi Indonesia (Tbk)”, Jurnal Prosiding KS: Riset dan Pkm, Vol. 3, No.1, h.130.

¹²Nana Rukmana, *Strategic Partnering For Education Management-Model Manajemen Berbasis Kemitraan*, Bandung: Alfabeta, 2006, h. 60.

¹³Ramelan, Rahardi, *Kemitraan Pemerintah-Swasta Dalam Pembangunan Infrastruktur di Indonesia*, Jakarta: Koperasi Jasa Profesi LPPN/NDES, 1997.

¹⁴Muhammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1999, h. 43.

¹⁵Ninuk Purmaningsih, *Strategi Kemitraan Agribisnis Berkelanjutan*, Jurnal Tradisiplin Sosiologi, Komunikasi dan Ekologi Manusia, ISSN: 1978-4333, Vol 1, No. 03, 2007.

didasarkan pada prinsip kepercayaan, kesetaraan dan kemandirian.¹⁶

Peneliti menyimpulkan kemitraan (kerjasama) adalah bentuk rasa percaya antar kedua belah pihak atau lebih yang sepakat untuk melakukan ikatan kerjasama yang sifatnya saling menguntungkan agar tercapainya tujuan bersama. Kerjasama ini sama-sama memberikan dampak serta timbal balik yang positif apabila adanya kepatuhan diantara kedua belah pihak. Dalam usaha atau bisnis, kemitraan sebagai strategi untuk mengembangkan serta meningkatkan laba perusahaan.

b. Tujuan Kemitraan

Kemitraan termasuk bentuk dari kerja sama dari berbagai pihak, baik individu maupun kelompok untuk bersama-sama mencapai tujuan. Dari kemitraan itu, ada tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kemitraan yaitu sebagai berikut:¹⁷

1. Meningkatkan pendapatan usaha kecil maupun menengah.
2. Meningkatkan perolehan nilai tambah bagi para pelaku kemitraan.
3. Meningkatkan pemerataan dan pemberdayaan masyarakat dan usaha kecil.
4. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam pedesaan, wilayah dan nasional.
5. Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.

c. Pola Kemitraan

¹⁶Sumarto, Hitefah Sj, *Inovasi Partisipasi, dan Good Governance*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2009, h. 116.

¹⁷Ade Mulyadi Rohmat, dkk, “Pola Kemitraan Klaster Bawang Merah”, *The Partnership Of Shallots Cluster*, Vol. 4, No. 1, 2016, h. 19.

Di dalam Pasal 27 Peraturan Pemerintah RI Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, akan dijelaskan secara lebih rinci mengenai pelaksanaan kemitraan yang terbagi dalam berbagai pola, seperti berikut:¹⁸

1. Pola Inti-plasma adalah hubungan kerjasama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau besar. Usaha besar sebagai pembina dalam mengembangkan usaha kecil selaku plasma sebagai penyedia lahan, pemberian bimbingan teknis manajemen usaha, penyediaan sarana dan prasarana, produksi, perolehan, penguasaan dan peningkatan teknologi yang dibutuhkan untuk meningkatkan efisiensi dan produktifitas usaha.
2. Pola sub-kontraktor adalah hubungan sistem kerjasama antara usaha besar dengan usaha kecil/menengah, yang dimana usaha besar sebagai perusahaan induk (*parent form*) meminta kepada usaha kecil/menengah (selaku subkontraktor) untuk mengerjakan seluruh atau sebagian pekerjaan (komponen) dengan tanggung jawab penuh pada perusahaan induk.
3. Pola dagang umum, adalah kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah/besar yang berlangsung dalam bentuk kerjasama lokasi usaha, pemasaran dan penerimaan pasokan dari mitra usahanya yaitu usaha kecil dalam pemenuhan kebutuhan yang

¹⁸Adi Mulyadi Rohmat, “Pola Kemitraan Klaster Bawang Merah: Suatu Kasus Pada Petani Klaster Bawang Merah di Desa Kulur Kabupaten Majalengka”, Jurnal: Ilmu-Ilmu Pertanian dan Peternakan, Vol. 4, No. 1, 2016.

dibutuhkan oleh usaha besar dan atau usaha menengah yang bersangkutan.

4. Waralaba (*franchise*) adalah suatu sistem yang menggambarkan kerjasama antara usaha besar (*franchisor*) dengan usaha kecil (*franchisee*). Usaha kecil ini diberikan hak atas kekayaan intelektual ciri khas usaha dengan, imbalan sesuai persyaratan dan kesepakatan yang telah ditetapkan oleh usaha besar dalam rangka penyediaan atau penjualan barang serta jasa. Keagenan, merupakan bentuk kemitraan antara principal dan agen. Prinsipal memiliki/memproduksi sesuatu, sedangkan pihak lain (agen) bertindak untuk menjalankan bisnis tersebut dan menghubungkan produk secara langsung kepada pihak ketiga.
5. Kerjasama operasional, bentuk kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra. Kelompok mitra sebagai penyedia modal dan atau sarana dalam membudidayakan pertanian.¹⁹

2. Teori *Syirkah Ta'awuniyah*

a. Pengertian *Syirkah Ta'awuniyah*

Istilah lain dari *musyarakah* adalah *syirkah*. Secara bahasa *al-syirkah* berarti percampuran atau persekutuan dua hal atau lebih, sehingga antara masing-masing sulit dibedakan. Seperti persekutuan hak milik atau perserikatan usaha, yang dimaksud percampuran di sini adalah seseorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain

¹⁹Adi Mulyadi Rohmat, "Pola Kemitraan Klaster Bawang Merah: Suatu Kasus Pada Petani Klaster Bawang Merah di Desa Kulur Kabupaten Majalengka", Jurnal: Ilmu-Ilmu Pertanian dan Peternakan, Vol. 4, No. 1, 2016.

sehingga tidak mungkin dibedakan. Sedangkan menurut istilah, para Fuqaha berpendapat mengenai pengertian *syirkah*

Adapun pengertian *syirkah* dari pendapat para ahli, yaitu:

- 1) Menurut Sayyid Sabiq, yang dimaksud dengan *syirkah* adalah

Akad antara orang yang berserikat dalam modal dan keuntungan.

- 2) Menurut Hasbi ash-Shidiqie, *syirkah* adalah

Akad yang berlaku antara dua orang atau lebih untuk *ta'awun* dalam bekerja pada suatu usaha dan membagi keuntungan.²⁰

- 3) Menurut Taqiyuddin Abi Bakr, *syirkah* adalah

Ungkapan tentang penetapan suatu hak pada sesuatu yang satu untuk dua orang atau lebih menurut cara yang telah diketahui.

- 4) Menurut Wahbah az-Zuhaili, *syirkah* adalah

Kesepakatan dalam pembagian hak dan usaha.²¹

Menurut komplikasi hukum ekonomi syariah, *syirkah* (*musyarakah*) adalah kerjasama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan atau kepercayaan dalam usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah.²²

Sebagian ulama menyebutkan bahwa koperasi sama dengan *syirkah ta'awuniyah* (perseoran tolong menolong) yaitu suatu perjanjian kerjasama antara dua orang atau lebih, yang satu pihak menyediakan modal usaha sedangkan pihak lain melakukan usaha atas dasar membagi keuntungan sesuai perjanjian. Dalam koperasi ini terdapat

²⁰Herdi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005, h. 125.

²¹Qamarul Huda, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Teras, Cet. 1, 2011, h. 100.

²²Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2013, Cet. Ke-2, h.220

unsur *mudharabah* karena satu pihak memiliki modal dan pihak lain melakukan usaha atas modal tersebut.

Syirkah ta'awuniyah ini merupakan syirkah baru yang diciptakan oleh para ahli ekonomi yang banyak manfaatnya, yaitu: memberi keuntungan kepada para karyawannya, memberi bantuan keuangan dari sebagian hasil usaha koperasi untuk mendirikan tempat ibadah, sekolah, dan sebagainya. Maka jelaslah dalam *syirkah ta'awuniyah* ini tidak ada unsur kezaliman dan eksploitasi oleh manusia yang kuat/kaya atas manusia yang lemah/ miskin. Pengelolaannya demokratis dan terbuka serta membagi keuntungan dan kerugian kepada para anggota menurut ketentuan yang berlaku yang telah diketahui oleh seluruh anggota pemegang saham.²³

b. Dasar Hukum Syirkah Ta'awuniyah

Dalam Islam, koperasi tergolong sebagai *syirkah* (*syirkah ta'awuniyah*). Lembaga ini adalah wadah kemitraan, kerjasama, kekeluargaan dan kebersamaan usaha yang sehat, baik dan halal. Dasar hukumnya sebagaimana firman Allah dalam Q.S Shad ayat 24:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ^ط وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ آلِ خُلَاطَآءِهِ لَيَبْغِي
بِعَضِّهِمْ عَلَىٰ بَعْضِ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ^ق وَظَنَّ دَاوُدُ

أَمَّا فَتَنُهُ فَبَاسٌ ^ر نَعْتَهُ فَرَّ رَجُلٌ مِّنْهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ²⁴

²³Humaeroh, *Eksistensi Syirkah Ta'awuniyah dalam Perspektif Hukum Islam, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 9 No.2 Juli-Desember 2017, h. 21

²⁴Q.S Shad [38] ayat 24

Artinya: Daud berkata: “Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya, dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang salah; dan amal sedikitlah mereka ini” dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya: Maka ia meminta apapun kepada Tuhannya lalu menyangkur sujud bertaubat.²⁵

Adapun dalil Sunahnya adalah: “Dari Abi Hurairah r.a yang rafa’kan kepada Nabi SAW. Bahwa Nabi SAW bersabda: “Sesungguhnya Allah berfirman, “Aku adalah yang ketiga pada dua orang yang bersekutu, selama salah seorang dari keduanya tidak mengkhianati.” (HR. Abu Dawud dan hakim dan mensahihkan sanadnya).

Maksudnya Allah akan menjaga dan menolong dua orang yang bersekutu dan menurunkan berkah pada pandangan mereka. Jika salah seorang yang bersekutu itu mengkhianati temannya, Allah SWT akan menghilangkan pertolongan dan keberkahan tersebut. Legalitas *musyarakah* pun diperkuat, ketika Nabi diutus, masyarakat melakukan *musyarakah*. Beliau bersabda: “Kekuasaan Allah senantiasa berada pada dua orang yang bersekutu selama keduanya tidak berkhianat.” Selain itu, kebolehan akad *musyarakah* merupakan ijma ulama (kesepakatan ulama).²⁶

c. Hikmah Syirkah

²⁵Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung, Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Quran, 2014, h.363

²⁶Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2013, Cet. Ke-2, h.221

Manusia tidak dapat hidup sendirian, pasti membutuhkan orang lain dalam memenuhi kebutuhan. Ajaran Islam mengajarkan supaya kita menjalin hubungan dengan siapa pun terutama dalam bidang ekonomi dengan prinsip saling tolong menolong dan menguntungkan, tidak menipu dan merugikan. Tanpa kerjasama, maka kita sulit untuk memenuhi kebutuhan hidup. *Syirkah* pada hakikatnya adalah sebuah kerjasama saling menguntungkan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki. Oleh karena itu, Islam menganjurkan untuk bekerja sama kepada siapa saja dengan tetap memegang prinsip tolong menolong. Maka hikmah yang dapat diambil dari *syirkah* yaitu adanya tolong menolong, saling bantu membantu dalam kebaikan, menjauhi sifat egoisme, menumbuhkan saling percaya, menyadari kelemahan dan kekurangan dan menimbulkan keberkahan dalam usaha jika tidak berkhianat.²⁷

Firman Allah dalam Q.S Al-Maidah ayat 2:

﴿ وَالْعُدَّةِ وَإِنِ الْإِثْمَ عَلَى تَعَاوُنِهِمْ وَلَا تُبْرَأُوا عَلَيْهِمْ وَأَتُوبُ عَلَيْهِمْ وَتَعَاوَنُوا ﴾

﴿ أَلْعِقَابِ شِدِّي اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ وَاتَّقُوا ﴾²⁸

Artinya: “....Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.”²⁹

²⁷Humaeroh, *Eksistensi Syirkah Ta'awuniyah dalam Perspektif Hukum Islam, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 9 No.2 Juli-Desember 2017, h. 31-32

²⁸Q.S Al-Maidah [5] ayat 2

²⁹Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung, Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Quran, 2014, h. 85

C. Kajian Konseptual

1. Pembinaan UMKM

a. Pengertian Pembinaan

Pembinaan dan pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan penyuluhan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah.³⁰

Pemerintah melakukan pembinaan dan pengembangan terhadap Usaha Kecil dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 32 tahun. 1998 diatur mengenai lingkup, tata cara, dan pelaksanaan pembinaan dan pengembangsan Usaha Kecil. Adapun pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama, dan dilakukan secara terarah dan terpadu serta berkesinambungan untuk mewujudkan usaha kecil yang tangguh, mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha Mikro. Ruang lingkup pembinaan dan pengembangan usaha kecil meliputi bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, dan teknologi.

Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah pada hakekat nya merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah, swasta, dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh

³⁰Anggih Wahid Hidayat, *Pembinaan UMKM Surakarta oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta*, Skripsi, Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2013, h. 12

UKM. Maka diperlukan berbagai macam upaya, salah satunya adalah perlu dikembangkan kemitraan yang saling membantu antara UKM, atau antara UKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun di luar negeri, untuk menghindarkan terjadinya monopoli dalam usaha. Disamping itu juga untuk memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Dengan demikian UKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya. Baik dari dalam maupun luar negeri.

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil dilakukan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama dan dilakukan secara terarah dan terpadu serta berkesinambungan untuk mewujudkan usaha kecil yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil dilaksanakan dengan memperhatikan klarifikasi dan tingkat perkembangan usaha kecil. Berdasarkan klarifikasi dan tingkat perkembangan usaha kecil ditetapkan bobot, intensitas, prioritas dan jangka waktu pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Berbagai bentuk pembinaan dan pengembangan UKM dari beberapa bidang yaitu bidang produksi dan pengolahan, bidang pemasaran, bidang sumber daya manusia dan bidang teknologi.³¹

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

³¹Sentot Harman Glendoh, *Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil, Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 3 No. 1, Maret 2001.

- a) Identifikasi potensi dan masalah yang dihadapi oleh usaha kecil
- b) Penyiapan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi oleh usaha kecil
- c) Pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan
- d) Pemantauan dan pengendalian
- e) Pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan bagi usaha kecil.

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang produksi dan pengolahan, dilakukan dengan:

- a) Meningkatkan kemampuan manajemen serta teknis produksi dan pengolahan
- b) Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan
- c) Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana, bahan baku, bahan penolong dan kemasan
- d) Menyediakan tenaga konsultan professional di bidang produksi dan pengolahan.

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang pemasaran, dilakukan dengan:

- a) Melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran
- b) Meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran
- c) Menyediakan sarana serta dukungan promosi dan uji coba pasar
- d) Mengembangkan lembaga pemasaran dan jaringan distribusi
- e) Memasarkan produk usaha kecil

- f) Menyediakan tenaga konsultan professional di bidang pemasaran³²
- g) Menyediakan rumah dagang dan promosi usaha kecil
- h) Memberikan peluang pasar.

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang sumber daya manusia, dilakukan dengan:

- a) Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan
- b) Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial
- c) Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan, dan konsultasi usaha kecil
- d) Menyediakan tenaga penyuluh dan konsultan usaha kecil
- e) Menyediakan modul manajemen usaha kecil
- f) Menyediakan tempat magang, studi banding dan konsultasi untuk usaha kecil.

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang teknologi, dilakukan dengan:

- a) Meningkatkan kemampuan di bidang teknologi produksi dan pengendalian mutu
- b) Meningkatkan kemampuan di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru
- c) Memberikan insentif kepada usaha kecil yang menerapkan teknologi baru dan melestarikan lingkungan hidup
- d) Meningkatkan kerjasama dan alih teknologi³³

³²Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 32 tahun 1998 h. 2

- e) Meningkatkan kemampuan dalam memenuhi standarisasi teknologi
- f) Menumbuhkan dan mengembangkan lembaga penelitian dan pengembangan di bidang desain dan teknologi bagi usaha kecil
- g) Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang teknologi
- h) Memberikan bimbingan dan konsultasi berkenaan dengan hak kekayaan intelektual.

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil yang dilaksanakan oleh dunia usaha dan masyarakat, berupa:

- a) Penyediaan tenaga konsultan profesional, sarana prasarana, dana, teknologi dan informasi
- b) Bimbingan dan konsultasi
- c) Pendidikan dan pelatihan
- d) Advokasi
- e) Pendirian klinik konsultasi bisnis untuk usaha kecil.³⁴

b. Tujuan Pembinaan

Tujuan pembinaan UMKM selain yang tercantum dalam UU No. 20 tahun 2008 antara lain:

- 1) Meningkatkan akses dalam memperbesar pangsa pasar
- 2) Meningkatkan akses terhadap sumber modal dan memperkuat struktur modal

³³*Ibid*, h. 2

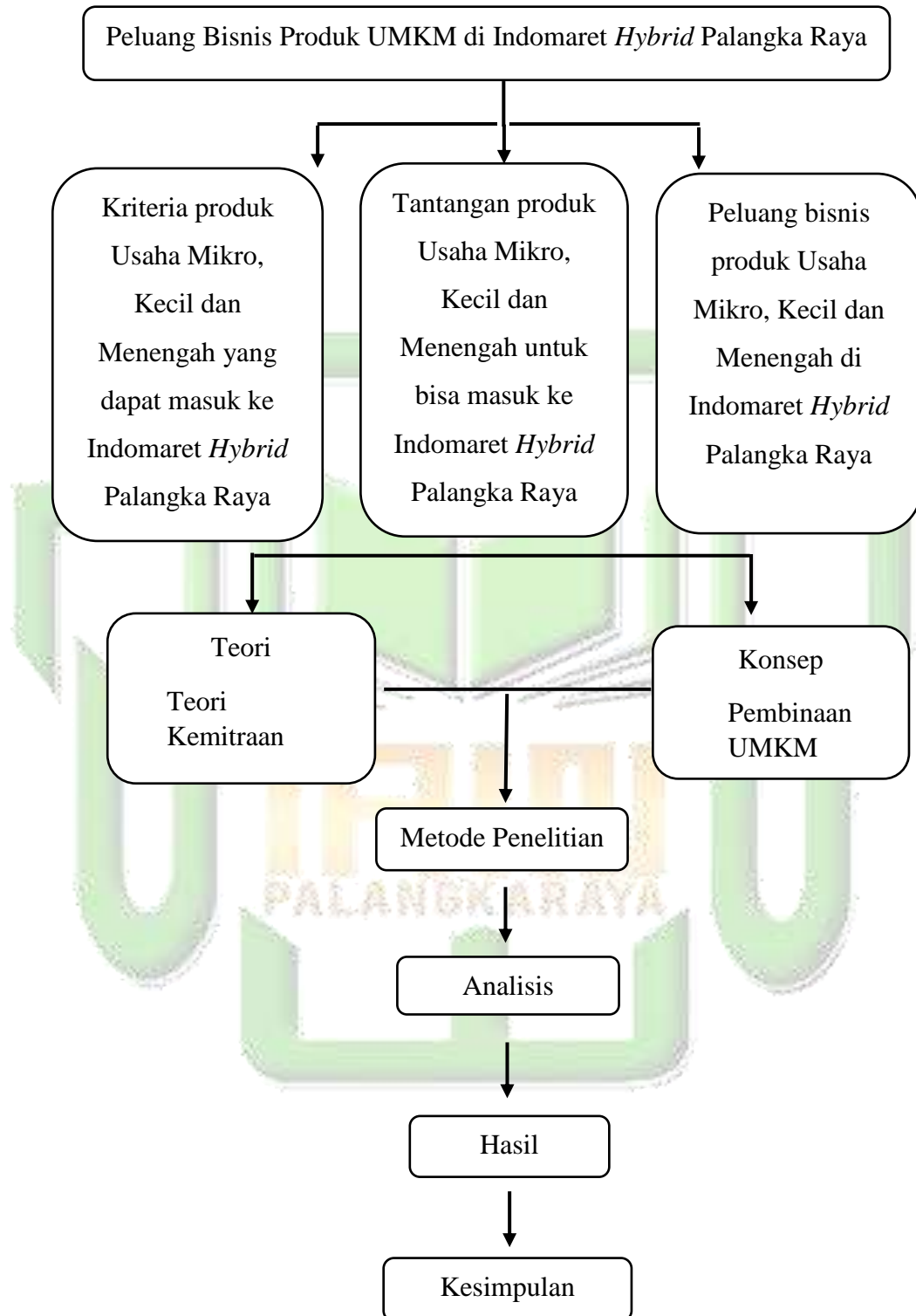
³⁴*Ibid*, h.2

- 3) Meningkatkan kemampuan organisasi dan manajemen
- 4) Meningkatkan akses dan penguasaan teknologi³⁵



³⁵ Anggih Wahid Hidayat, *Pembinaan UMKM Surakarta oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta*, Skripsi, Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2013, h. 17

D. Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pada penelitian kualitatif deskriptif, data yang dihasilkan adalah berupa kata-kata, tulisan, atau lisan yang bersumber dari orang-orang yang diteliti. Selain itu juga, penelitian kualitatif deskriptif ini merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi-informasi mengenai suatu kasus menurut apa adanya pada saat penelitian yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, kontekstual dan konseptual.

Pendekatan fenomenologi adalah studi yang mempelajari fenomena seperti penampakan, segala hal yang muncul dalam pengalaman kita, cara kita mengalami sesuatu dan makna yang kita miliki dalam pengalaman.³⁶ Menurut Watt dan Berg, fenomenologi tidak tertarik mengkaji aspek-aspek kualitas dalam suatu peristiwa, tetapi berupaya memahami tentang bagaimana orang melakukan sesuatu pengalaman beserta makna pengalaman itu bagi dirinya. Pendekatan kontekstual adalah keterkaitan antara semua hal termasuk gagasan dan tindakan. Kata ini juga menghubungkan secara langsung pemikiran dengan pengalaman.³⁷ Sedangkan pendekatan konseptual adalah pemaknaan dari

³⁶Kuswano Widya, *Fenomenologi: Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: Padjadjaran, 2009, h. 22

³⁷Abdul Qadir, *Konsep Pembelajaran Kontekstual di Sekolah*, Dinamika Ilmu, Vol. 113, No. 3, Desember 2013, h. 17

konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan. Menurut Singarimbun dan Efendi, definisi operasional atau mengoperasikan variabel adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur, dengan membaca definisi operasional dalam penelitian maka diketahui baik buruknya variabel tersebut.³⁸ Adapun pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan secara jelas sesuai data dan fakta yang terjadi tentang bagaimana peluang bisnis UMKM di Indomaret *Hybrid* Palangka Raya.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu untuk meneliti tentang topik yang telah diangkat oleh peneliti dilakukan setelah penyelenggaraan seminar dan mendapat izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Adapun waktu meneliti tentang topik yang telah diangkat oleh peneliti dilakukan selama dua bulan. Jika dalam waktu tersebut data yang diperoleh belum dapat terkumpul, maka peneliti akan menambah waktu penelitian hingga dapat mencukupi data yang diperlukan untuk dianalisis.

Tempat penelitian di Indomaret kota Palangka Raya yang memiliki mitra UMKM atau yang ada produk lokal/produk dari UMKM. Dalam penelitian ini penulis memilih lokasi di Indomaret *Hybrid* yang ada di Kota Palangka Raya karena di Indomaret ini terdapat gerai Petak Umpet UMKM. Petak Umpet merupakan akronim dari peran serta pemerintah kota untuk

³⁸Chika Fia Rahmawati, *Konseptual dan Operasional*, Academia.edu, h. 1

menciptakan peluang ekonomi terpadu bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Tabel 3.1

Indomaret Tempat Penelitian Peneliti

No	Tempat	Kecamatan
1	Indomaret Jl. G. Obos 8	Jekan Raya
2	Indomaret Jl. G. Obos 3	Jekan Raya
3	Indomaret Jl. Rajawali km 4,5	Jekan Raya
4	Indomaret Jl. Yos Sodarso	Jekan Raya
5	Indomaret Jl. RTA. Milono km 2	Jekan Raya
6	Indomaret Jl. RTA. Milono km 4,5	Pahandut
7	Indomaret Jl. RTA. Milono km 6	Pahandut
8	Indomaret Jl. RTA. Milono km 6,5	Pahandut
9	Indomaret Jl. Diponegoro	Pahandut
10	Indomaret Jl. Tambun Bungai	Pahandut
11	Indomaret Jl. Perempatan Sethadji	Pahandut
12	Indomaret Jl. Setadji no. 59	Pahandut
13	Indomaret Jl. RTA. Milono km 8, 5	Sebangau

Sumber: Diolah oleh Peneliti

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah tempat variabel melekat. Subjek penelitian adalah tempat di mana data untuk variabel penelitian diperoleh. Pada penelitian kualitatif, responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang yang memberikan informasi tentang data yang digunakan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan.³⁹

Perlu diketahui bahwa penelitian ini menggunakan *teknik purposive sampling*, yaitu merupakan teknik pengumpulan sampel sumber data

³⁹Anrikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010, h. 53

dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dilakukan dalam 3 situasi, yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk memilih responden yang diharapkan mampu memberikan informasi penting.
- b. Untuk memilih responden yang sulit dicapai, untuk itu peneliti cenderung subjektif dan selektif (memilih berdasarkan kriteria sesuai keinginan peneliti).
- c. Untuk mengidentifikasi jenis responden yang sesuai agar proses wawancara dapat dilakukan secara mendalam dan sesuai dengan topik yang diangkat oleh peneliti.⁴⁰

Adapun informan dalam penelitian ini adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Satu Pintu Kota Palangka Raya, pihak Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Kalimantan Tengah dan pihak Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya. Untuk subjek adalah Mitra UMKM (pemasok barang UMKM untuk dapat memberikan data primer untuk penelitian ini. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau persorangan.

Adapun kriteria yang dijadikan subjek penelitian adalah:

- a. Indomaret *hybrid* atau indomaret yang ada mitra UMKM nya
- b. Mitra Indomaret/pelaku UMKM dari Kota Palangka Raya
- c. Mitra Indomaret yang usaha nya sudah berjalan kurang lebih 2 tahun
- d. Supplier yang beragama Islam

⁴⁰Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 72

- e. Produk UMKM yang berlabel halal
- f. Mitra Indomaret yang bersedia diwawancarai

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah permasalahan yang diteliti. Menurut Sugiyono, objek penelitian adalah suatu atribut dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴¹ Objek penelitian ini adalah mengenai Peluang Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Pengamatan (*Observasi*)

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan penyaksian langsungnya dan biasanya peneliti dapat sebagai partisipan atau observer dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang sedang ditelitinya.

Pada teknik ini peneliti mengadakan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui masalah dan keadaan yang sebenarnya terhadap apa yang diteliti yaitu peluang bisnis produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret *Hybrid* Kota Palangka Raya.⁴²

⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*, Bandung: Alfabeta, 2018, h. 33

⁴²Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010, h. 221.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan teknik pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka.⁴³ Jadi wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab secara langsung dengan responden atau mendengarkan langsung tentang informasi-informasi yang berkenaan dengan masalah yang sedang diteliti.⁴⁴ Dalam metode kualitatif ini ada dikenal dengan teknik wawancara mendalam (*in dept interview*). Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relative selama. Ciri khusus dari wawancara mendalam ini adalah keterlibatannya dalam kehidupan responden/informan.

Dalam wawancara mendalam melakukan penggalan secara mendalam terhadap satu topik yang telah ditentukan (berdasarkan tujuan dan maksud diadakan wawancara tersebut) dengan menggunakan pertanyaan terbuka. Penggalan yang dilakukan untuk mengetahui

⁴³Afifudin, Saebani, Beni Ahmad, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, h. 131.

⁴⁴Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015, h. 135

pendapat mereka berdasarkan perspektif responden dalam memandang sebuah permasalahan. Teknik wawancara ini dilakukan oleh seorang pewawancara dengan mewawancarai satu orang secara tatap muka (*face to face*).⁴⁵ Dalam hal ini untuk mengetahui lebih dalam tentang peluang bisnis produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya dan apa pandangan masyarakat tentang bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Dengan meminta keterangan kepada subjek penelitian dan jawaban dengan jelas dan baik.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengambilan data-data yang diperoleh melalui penelaahan dokumen-dokumen.⁴⁶ Teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen tertulis, gambar, foto atau benda lainnya yang berkaitan dengan aspek yang diteliti.⁴⁷ Alasan dokumentasi dijadikan sebagai data untuk membuktikan penelitian adalah karena dokumentasi merupakan sumber yang stabil, dapat berguna sebagai bukti untuk pengujian, mempunyai sifat yang alamiah, tidak relatif, sehingga mudah ditemukan dengan teknik kajian isi, di samping itu hasil kajian isi akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap suatu yang diselidiki.⁴⁸

⁴⁵Noor Wahyuni, *In-Dept Interview (Wawancara Mendalam)*, qmc.binus.ac.id (Online 29 September 2020)

⁴⁶Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010, h. 221

⁴⁷Widodo, *Metodologi Penelitian*, Depok: PT Raja Grafindo, 2018, h. 75

⁴⁸Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2010, h. 93

Dalam hal ini peneliti mengumpulkan dan mempelajari data-data terkait penelitian, seperti gambaran umum lokasi, peluang bisnis, produk-produk bisnis UMKM di Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya.

E. Pengabsahan Data

Keabsahan data digunakan untuk menjamin bahwa semua data yang telah diamati dan diteliti relevan dengan yang sesungguhnya, agar penelitian ini menjadi sempurna. Untuk keabsahan data peneliti menggunakan Triangulasi, yaitu mengadakan perbandingan antara teori dan hasil di lapangan pada sumber data yang satu dengan yang lain.

Teknik pengumpulan data triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai Teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.⁴⁹ Menurut Norman K. Denkin, triangulasi meliputi empat hal, yaitu: (1) triangulasi metode (2) triangulasi antar peneliti (jika penelitian dilakukan dengan kelompok), (3) triangulasi sumber data dan (4) triangulasi teori.

1. Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbedanya. Sebagaimana dikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi,

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*, Bandung: Afabeta, 2018, h. 423.

dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Atau, peneliti menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya. Dengan demikian, jika data itu sudah jelas, misalnya berupa teks atau naskah/transkrip film, novel dan sejenisnya, triangulasi tidak perlu dilakukan. Namun demikian, triangulasi aspek lainnya tetap dilakukan.

2. Triangulasi antar-peneliti dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Teknik ini diakui memperkaya khasanah pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian. Tetapi perlu diperhatikan bahwa orang yang diajak menggali data itu harus yang telah memiliki pengalaman penelitian dan bebas dari konflik kepentingan agar tidak justru merugikan peneliti dan melahirkan bias baru dari triangulasi.
3. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi

terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.

4. Triangulasi teori. Hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau *thesis statement*. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teoretik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh. Diakui tahap ini paling sulit sebab peneliti dituntut memiliki *expert judgement* ketika membandingkan temuannya dengan perspektif tertentu, lebih-lebih jika perbandingannya menunjukkan hasil yang jauh berbeda.⁵⁰

Adapun triangulasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Triangulasi sumber data dicapai dengan beberapa cara, yaitu sebagai berikut:

⁵⁰Mudjia Rahardjo, *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*, www.uin-malang.ac.id (Online 01 Oktober 2020)

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara;
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi apa yang dikatakan secara pribadi;
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatrakan sepanjang waktu;
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang yang berada dan orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁵¹

F. Teknik Analisis Data

Pengabsahan data sangat diperlukan agar dapat menjamin bahwa semua hasil pengamatan atau observasi, wawancara, dan dokumentasi, memang benar dan sesuai dengan kenyataan yang terjadi dilokasi penelitian. Oleh karena itu, keabsahan data dalam penelitian ini dapat menjamin bahwa dalam mendeskripsikan peluang bisnis produk usaha mikro, kecil dan menengah di indomaret kota Palangka Raya memerlukan jawaban yang jelas dari para responden sehingga tidak diragukan lagu keabsahannya. Keabsahan data digunakan untuk menjamin bahwa semua data yang telah diamati dan diteliti relevan dengan sesungguhnya.

⁵¹Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2015, h. 331.

Dengan melakukan analisis data, data yang dihasilkan akan menjadi lebih berarti dan berguna dalam memecahkan permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, beberapa tahapan data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Data *collection*, yaitu proses atau koleksi data adalah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
2. Data *reduction*, atau reduksi data adalah pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam suatu konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu. Data yang direduksi ini nantinya akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan tahap analisis selanjutnya.
3. Data *display*, atau penyajian data adalah data yang dari kenceh penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.
4. *Conclusion drawing*, atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data dan penyajian data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh⁵²

⁵²Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003, h. 69

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini diurutkan beberapa bab, antara lain:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II: Kajian Pustaka

Bab ini akan menguraikan tentang kajian pustaka yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka berpikir.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini akan menguraikan tentang waktu dan tempat penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, tekni pengumpulan data, pengabsahan data dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang gambaran umum lokasi penelitian, memuat analisis dan pembahasan serta akan diuraikan secara rinci mengenai penelitian dan hasil-hasilnya yang relevan dengan pembahasan.

Bab V: Penutup

Bab ini akan memuat kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Indomaret

1. Sejarah Indomaret

Berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan, maka pada tahun 1988 didirikanlah sebuah gerai yang diberi nama Indomaret. Sejalan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Guna mengakomodasi tujuan tersebut, beberapa orang karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai modern berdasarkan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman.

Berbekal pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, keterampilan pengoperasian toko dan pergeseran perilaku belanja masyarakat ke gerai modern, maka terbit keinginan luhur untuk mengabdikan lebih jauh bagi nusa dan bangsa. Niat ini diwujudkan dengan mendirikan Indomaret, dengan badan hukum PT. Indomarco Prismatama.⁵³

PT. Indomarco Prismatama adalah perusahaan swasta nasional pengelola jaringan mini market Indomaret dengan akta notaris No. 207, tertanggal 21 November 1988 oleh Bapak Benny Kristianto dan SIUP

⁵³Indomaret.co.id, *Sejarah Indomaret*, (online 03 April 2021)

No.789/0902/PB/XII/88 tanggal 20 Desember 1988. Sesuai dengan Akte Pendirian Perusahaan No. 207 tertanggal 21 Nopember 1988 tersebut di atas, maksud dan tujuan perusahaan adalah:

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

Indomaret merupakan salah satu jaringan mini market di Indonesia yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 m². Awal terbentuknya perusahaan ini dimulai dari sebuah toko Indomaret yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari yang pertama kali dibuka pada tahun 1987 di Pontianak, Kalimantan Barat. Usaha ini mulai berkembang ketika PT. Indomarco Prismatama pertama kali membuka gerai Indomaret di Jakarta yang berlokasi di Ancol, Jakarta Utara pada November 1988 yang kemudian disusul dengan pembukaan gerai-gerai Indomaret di tempat-tempat lainnya.⁵⁴

Pada mulanya Indomaret membentuk konsep penyelenggaraan gerai yang berlokasi di dekat hunian konsumen, menyediakan berbagai

⁵⁴Indomaret.co.id, *Sejarah Indomaret*, (online 03 April 2021)

kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari, melayani masyarakat umum yang bersifat majemuk, serta memiliki luas toko sekitar 200 m². Seiring dengan perjalanan waktu dan kebutuhan pasar, Indomaret terus menambah gerai di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata dan apartemen. Dalam hal ini terjadilah proses pembelajaran untuk pengoperasian suatu jaringan retail yang berskala besar, lengkap dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bervariasi.

Setelah menguasai pengetahuan dan keterampilan mengoperasikan jaringan ritel dalam skala besar, Manajemen berkomitmen untuk menjadikan Indomaret sebagai sebuah aset nasional.⁵⁵ Hal ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa seluruh pemikiran dan pengoperasian perusahaan ditangani sepenuhnya oleh putra putri Indonesia. Sebagai aset nasional, Indomaret ingin berbagi kepada masyarakat Indonesia melalui bisnis waralaba dan juga mampu bersaing dalam persaingan global. Konsep bisnis waralaba Indomaret adalah yang pertama dan merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia. Sambutan masyarakat ternyata sangat positif, terbukti dengan peningkatan jumlah Terwaralaba Indomaret dari waktu ke waktu. PT. Indomarco Prismatama mulai memperkenalkan sistem kemitraan kepemilikan dan pengelolaan gerai dengan cara waralaba dan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia. Pada Mei 2003, sistem waralaba Indomaret telah terbukti keberhasilannya dengan diperolehnya penghargaan dari Presiden

⁵⁵Indomaret.co.id, *Sejarah Indomaret*, (online 03 April 2021)

Republik Indonesia saat itu yaitu Presiden Megawati Soekarno Putri sebagai Perusahaan Waralaba Nasional 2003.

Keberadaan Indomaret diperkuat oleh anak perusahaan di bawah bendera grup INTRACO, yaitu Indogrosir, BSD Plaza dan Charmant. Keunggulan-keunggulan yang telah dimiliki oleh Indomaret tersebut tidak menyurutkan semangat PT. Indomarc Prismatama untuk terus berusaha mengembangkan Indomaret sebagai jaringan minimarket terbaik di Indonesia. Hubungan kerja sama yang dijalin dengan lebih dari 500 pemasok membuat Indomaret memiliki posisi yang baik dalam menentukan produk-produk yang akan dijualnya. Selain itu, sistem distribusi yang didukung oleh jaringan pemasok yang handal dalam menyediakan produk terkenal dan berkualitas serta sumber daya manusia yang kompeten menjadikan Indomaret sangat efisien dalam mendistribusikan produknya sehingga Indomaret mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumennya.

Strategi pemasaran Indomaret juga diintegrasikan dengan kegiatan-kegiatan promosi yang dilaksanakan sehingga Indomaret dapat secara berkala menjalankan berbagai program promosi seperti memberikan penawaran harga khusus, undian berhadiah maupun hadiah langsung. Laju pertumbuhan gerai Indomaret yang pesat dengan jumlah transaksi 14,99 juta transaksi per bulan juga didukung oleh sistem teknologi yang handal. Sistem teknologi informasi Indomaret pada setiap *point of sales* di setiap gerai mencakup sistem penjualan, persediaan dan penerimaan

barang. Sistem ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan saat ini dengan memperhatikan perkembangan jumlah gerai dan jumlah transaksi di masa mendatang.

Indomaret berupaya meningkatkan pelayanan dan kenyamanan belanja konsumen dengan menerapkan sistem check out yang menggunakan scanner di setiap kasir dan pemasangan fasilitas pembayaran Debit BCA. Pada setiap pusat distribusi diterapkan digital *picking system* (DPS). Sistem teknologi informasi ini memungkinkan pelayanan permintaan dan suplai barang dari pusat distribusi ke toko-toko dengan tingkat kecepatan yang tinggi dan efisiensi yang optimal.⁵⁶

Jumlah gerai Indomaret per Januari 2020 mencapai 17.681. Jumlah ini bertambah 81 gerai dibandingkan akhir tahun 2019 yang sebanyak 17.600 gerai. Pada akhir tahun ini, Indomaret menargetkan akan menjaadi 18.600 gerai atau bertambah 1000 gerai. Sejak tahun 2015, jumlah gerai yang dimiliki Indomaret terus bertambah tidak tahunnya yang tersebar di berbagai provinsi. Hingga Maret 2021, Indomaret memiliki 18.603 gerai. Semuanya tersebar di Jawa, Bali, Madura, Nusa Tenggara Barat, Sumatra, Batam, Kalimantan, Sulawesi dan Maluku. Sesuai moto “mudah dan hemat”, gerai Indomaret ditempatkan di lokasi-lokasi strategis sehingga mudah dijangkau. Gerai Indomaret dengan mudah dapat ditemukan di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata, apartemen dan fasilitas umum yang terdapat di masing-masing daerah. Setiap gerai

⁵⁶Indomaret.co.id, *Sejarah dan Visi Indomaret*, (online 03 April 2021)

menyediakan lebih dari 5.000 produk food, non-food, *general merchandise* dan *fresh product* dengan harga hemat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen.⁵⁷ Mini market Indomaret telah berkembang dengan pesat hingga ke berbagai daerah termasuk Kota Palangka Raya. Mini market Indomaret juga terdapat di beberapa Kecamatan yang ada di Kota Palangka Raya tersebut. Adapun jumlah Indomaret di Palangka Raya tahun 2021 berjumlah 54 toko yang ada di 3 Kecamatan, yaitu Kec. Jekan Raya, Kec. Pahandut dan Kec. Sebangau. Namun hanya 17 Indomaret saja yang sudah terdaftar secara resmi di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palangka Raya, sebagai berikut:

Tabel 4.1
Laporan Toko Modern (Indomaret) yang Sudah Terdaftar Tahun
2019-2021

No	Jenis Izin / No. Pengesahan	Letak Izin	Keterangan
1.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/001/IUTM/D PM-PTSP/VII/2019	Minimarket INDOMARET Jl. Raya Galaxy No. 24, Kel. Menteng, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 09 Juli 2019
2.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/002/IUTM/D PM-PTSP/VII/2019	Minimarket INDOMARET Jl. Sisingamangaraja RT. 04 RW. 11, Kel. Menteng, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 09 Juli 2019
3.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/003/IUTM/D PM-PTSP/VII/2019	Minimarket INDOMARET Jl. DR. Murjani RT. 02 RW. 10 Kel. Pahandut, Kec. Pahandut, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 09 Juli 2019
4.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/004/IUTM/D PM-PTSP/VII/2019	Minimarket INDOMARET Jl. Raya Pinus Kel. Panarung Kec. Pahandut, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 09 Juli 2019

⁵⁷Indomaret co.id, *Gerai Indomaret*, (Online 06 Mei 2021)

5.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/005/IUTM/D PM-PTSP/VIII/2019	Minimarket INDOMARET Jl. Seth Adji RT. 01 RW. IX, Kel. Panarung, Kec. Pahandut, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 30 Agustus 2019
6.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/006/IUTM/D PM-PTSP/VIII/2019	Minimarket INDOMARET Jl. Tjilik Riwut KM 34,5 RT.001 RW 002, Kel. Tangkiling, Kec. Bukit Batu, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 30 Agustus 2019
7.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/007/IUTM/D PM-PTSP/X/2019	Minimarket INDOMARET Jl. George Obos RT. 006 RW XII, Kel. Menteng, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 18 Oktober 2019
8.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/008/IUTM/D PM-PTSP/X/2019	Minimarket INDOMARET Jl. Bukit Keminting RT. 006 RW 016, Kel. Palangka, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 18 Oktober 2019
9.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/009/IUTM/D PM-PTSP/X/2019	Minimarket INDOMARET Jl. Rajawali RT 006 RW XII, Kel. Palangka, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 18 Oktober 2019
10.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/010/IUTM/D PM-PTSP/X/2019	Minimarket INDOMARET cempaka Jl. Cempaka RT. 04 RW V, Kel. Langkai, Kec. Pahandut, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 23 Oktober 2019
11.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/011/IUTM/D PM-PTSP/XI/2019	Minimarket INDOMARET Jl. Kinibalu RT. 001 RW X, Kel. Palangka, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka	Disetujui/Ditetapkan 29 Nopember 2019
12.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/016/IUTM/D PM-PTSP/XI/2019	Minimarket INDOMARET Yos Sudarso Jl. Yos Sudarso RT. 05 RW VI, Kel. Menteng, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 05 Desember 2019
13.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/017/IUTM/D PM-PTSP/XI/2019	Minimarket INDOMARET Kecipir Jl. Kecipir Kel. Panarung, Kec. Pahandut, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 06 Desember 2019
14.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/019/IUTM/D PM-PTSP/XII/2019	Minimarket INDOMARET RTA. Milono Jl. RTA Milon KM 9,5 Kel. Sabaru, Kec. Sebangau, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 27 Desember 2019
15.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/003/IUTM/D PM-PTSP/III/2020	Minimarket INDOMARET Jl. Pulau No. 37 Kel. Panarung, Kec. Pahandut, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 27 Maret 2020
16.	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/011/IUTM/D PM-PTSP/IV/2021	Minimarket INDOMARET Jl. Jati Raya Kel. Panarung, Kec. Pahandut, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 6 April 2021

17	Surat Izin Usaha Toko Modern 503.2/012/IUTM/D PM-PTSP/IV/2021	Minimarket INDOMARET Jl. Tingang RT 005 / RW 03, Kel. Bukit Tunggal, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya	Disetujui/Ditetapkan 26 April 2021
----	--	--	---------------------------------------

Sumber: Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palangka Raya

2. Visi dan Budaya Perusahaan

Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Visi merupakan hal yang sangat krusial bagi perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang. Sedangkan misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya mewujudkan Visi. Jadi misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju serta dapat pula memberikan petunjuk garis besar cara pencapaian visi.

Adapun yang menjadi visi dari mini market Indomaret yaitu: menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global. Sedangkan misi mini market Indomaret yaitu: meningkatkan pelayanan terbaik sehingga kepuasan pelanggan menjadi sasaran utama yang harus dapat dipenuhi. Visi dan misi perusahaan juga didukung oleh motto dari Indomaret yaitu: “Mudah dan Hemat”. Selanjutnya yang menjadi budaya perusahaan yakni dalam bekerja kami menjunjung tinggi nilai-nilai:

- a) Kejujuran, kebenaran, dan keadilan
- b) Kerja sama tim
- c) Kemajuan melalui inovasi yang ekonomis

d) Kepuasan pelanggan⁵⁸

B. Penyajian Data

Sebelum memaparkan penelitian ini, terlebih dahulu peneliti memaparkan tahapan penelitian yang dilaksanakan, yakni diawali dengan penyampaian surat izin penelitian dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) kemudian setelah mendapatkan surat tebusan tersebut selanjutnya peneliti menyampaikan surat izin penelitian ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palangka Raya kemudian setelah mendapatkan surat tebusan, peneliti langsung terjun ke lapangan melakukan penggalan data. Sebelum mendapatkan izin untuk mengadakan penelitian, peneliti telah melakukan observasi terlebih dahulu sehingga setelah mendapatkan izin penelitian, peneliti langsung terjun ke lapangan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu Peluang Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya untuk mengetahui kriteria, tantangan dan peluang usaha produk UMKM yang berada di Indomaret *Hybrid* Palangka Raya. Adapun jumlah pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Palangka Raya per 30 September 2020 yaitu:

⁵⁸Indomaret.co.id, *Sejarah dan Visi Indomaret*, (online 03 April 2021)

Tabel 4.2**Pertumbuhan UMKM di Palangka Raya Per 30 September 2020**

Sektor Usaha	Hotel/Dagang/Kuliner	5.105
	Industri Pengolahan	292
	Pertanian/Perkebunan/Perikanan	448
	Pertambangan	11
	Angkutan	114
	Bangunan/Konstruksi	16
	Persewaan	161
	Jasa	1.149
	Ijn Usaha	
Karyawan	Laki-laki	8.295
	Perempuan	6.810
Asset (Rp. Juta)		967.253
Volume Usaha (Rp. Juta)		2.058.772
Kualifikasi Usaha	Mikro	6.330
	Kecil	869
	Menengah	91
Jumlah UMKM		7.296

Sumber: Diskopukm.kalteng.go.id⁵⁹

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang lebih 200 m² dan dikelola oleh PT. Indomarco Prismatama. Indomaret menawarkan beragam produk kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang dapat diandalkan, lengkap, harga hemat, dan lokasi toko yang mudah dijangkau karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto “mudah dan hemat”. Menurut hasil observasi ke lapangan bahwa Indomaret di kota Palangka Raya ada dua konsep yaitu Indomaret *Hybrid* dan Indomaret Reguler. Perbedaan Indomaret *Hybrid* dan Regular yaitu Indomaret *Hybrid* itu lebih kepada tambahan layanan penyediaan produk makanan siap saji. Indomaret *Hybrid* merupakan Indomaret yang termasuk kategori *convenience store* yang

⁵⁹Diskopukm.kalteng.go.id, *Data UMKM* (Online 15 Mei 2021)

memiliki variasi dan macam produk yang cukup banyak berupa makanan, minuman cepat saji dan menawarkan konsep toko yang berbeda daripada Indomaret biasa yaitu dengan adanya tambahan berupa tempat duduk, meja seperti konsep kafe.

Menurut hasil observasi dari peneliti menemukan tidak semua Indomaret di kota Palangka Raya menjual produk UMKM, hanya Indomaret *Hybrid* saja yang menjual nya. Ini karena Indomaret *Hybrid* menawarkan produk yang cukup banyak dan bervariasi. Konsep dari Indomaret *Hybrid* ini juga ada tambahan berupa tempat duduk, meja seperti konsep kafe sehingga membuat konsumen tertarik untuk datang karena suasana yang nyaman dan produk yang lebih banyak dari Indomaret biasa (Indomaret Reguler). Untuk para supplier nya sendiri itu dari berbagai kalangan dengan brand produk yang berbeda.⁶⁰

Para supplier pun juga mendapatkan pelatihan dan seminar bagaimana mengolah produk yang baik dan benar serta diberitahu bagaimana sistem marketing nya dari Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya selaku pihak yang memfasilitasi UMKM untuk bermitra dengan Indomaret. Produk yang masuk ke Indomaret pun tidak sembarangan, karena harus berstandar toko modern. Dari sekian banyak produk UMKM yang ada, hanya beberapa produk saja yang lolos masuk ke Indomaret. Dari hasil observasi, produk UMKM yang ada di Indomaret kota Palangka Raya, kebanyakan adalah produk lokal atau produk khas daerah. Produk UMKM yang dijual di

⁶⁰Hasil observasi peneliti Februari 2020

Indomaret Palangka Raya memiliki rak khusus yang tersedia di Indomaret yang diletakkan di bagian depan. Adapun produk-produk UMKM yang dijual di Indomaret *Hybrid* Palangka Raya yaitu:

Tabel 4.3

Produk-produk UMKM Palangka Raya di Indomaret *Hybrid* Kota Palangka Raya

No	Nama Produk	Alamat
1	Lintang Sale Pisang	Jl. Temanggung Tilung XXII No. 43
2	Lintang Keripik Pare	
3	Lintang Rengginang Singkong	
4	Lintang Keripik Tahu	
5	Lintang Manggleng Singkong	
6	Imur Keripik Kelakai	Jl. Majapahit No. 5B Komp.Borobudur
7	Imur Kerupuk Ikan Saluang	
8	Bahalap Amplang Pipih	Jl. Manjuhan Induk No. 20
9	Bahalap Kerupuk Pipih	
10	Yumi Keripik Kelakai	Jl. Manunggal Kalampangan
11	Yumi Stick Kelakai	
12	Ayu Amplang Balado	Jl. Krakatau No.07
13	Ayu Amplang Original	
14	Ayu Stick Ikan Tenggiri	
15	Rifanda Seluang Kentucky	Jl. Manunggal RT/RW: 02/02
16	Rossemi Jahe Merah	
17	Rossemi Snack Bawang Lemba	
18	999 Kue Kembang Goyang	
19	999 Kue Semprong	Jl. Bukit Raya XIV
20	Bu ifa Rengginang Ikan Lais	
21	Bu ifa Kerupuk Ikan Lais	
22	Bu ifa Keripik Ujau Pedas	
23	Bu ifa Keripik Ujau Original	
24	Bu ifa Keripik Singkah Uwei Rotan Muda	
25	Bu ifa Kerupuk Ikan Saluang	
26	Bu ifa Keripik Singkah Sawit ⁶¹	
27	Batukei Cookies n Snacks	Jl. Obos XXV

Sumber: Hasil Observasi Peneliti

Mitra Indomaret yang dikenal dengan proker Petak Umpet yang merupakan akronim dari peran serta pemerintah kota untuk menciptakan

⁶¹Hasil Observasi peneliti di Indomaret Hybrid kota Palangka Raya pada tanggal 24 Maret 2021

peluang ekonomi terpadu bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Berdirinya Mitra Indomaret ini pada tanggal 13 November 2017. Yang melatarbelakangi adanya Mitra Indomaret ini adalah adanya produk-produk lokal dan produk dari para UMKM yang berpeluang di pasaran. Agar produk itu dikenal banyak orang maka dimasukkan lah ke toko ritel.⁶² Bentuk kerjasama yang terjalin antara UMKM dan Indomaret kota Palangka Raya adalah konsinyasi atau disebut juga dengan sistem titipan (UMKM sebagai penitip produk dan Indomaret sebagai penyedia tempat).⁶³

Di dalam penelitian ini peneliti menemukan 2 orang informan yaitu personel Indomaret dan pihak Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya dan 4 orang subjek yang dapat diteliti. Untuk lebih jelasnya, berikut akan peneliti paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Kriteria Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang Dapat Masuk ke Indomaret *Hybrid* Palangka Raya

Untuk mengetahui hasil penelitian apa saja kriteria produk usaha mikro, kecil dan menengah yang dapat masuk ke Indomaret *Hybrid* Palangka Raya akan diuraikan dalam beberapa penyajian data dari informan dan subjek dalam penelitian ini. Berikut hasil wawancara dari informan dan subjek tersebut:

Pertama peneliti menanyakan Ibu OSP apa saja kriteria produk UMKM yang bisa masuk ke Indomaret. Beliau menjawab:

⁶²Hasil observasi peneliti September 2020

⁶³Hasil observasi peneliti Maret 2021

“Produk harus higienis, kemasan menarik dan rapi, memiliki informasi produsen, memiliki izin usaha mikro kecil (IUMK), memiliki perizinan pangan industri rumah tangga (PIRT), memiliki sertifikat halal MUI.”⁶⁴

Hal ini juga serupa dengan jawaban dari Bapak D mengenai kriteria produk UMKM, beliau menjawab:

“Kemasan harus higienis, rapi, aman dan harga yang terjangkau. Mereka (Indomaret) juga menganalisa produk ini laku apa tidaknya.”⁶⁵

Kemudian peneliti menanyakan Apa saja persyaratan untuk bisa memasukkan produk ke Indomaret. Beliau menjawab:

“Memiliki perizinan PIRT, berlabel halal, IUMK dan ada masa *expired* nya.”⁶⁶

Hal ini juga senada dengan jawaban Ibu NS yang mengenai kriteria produk UMKM, beliau menjawab:

“Kriterianya dilihat dari kemasan dan produk tahan lama lebih dari sebulan. Untuk proses pengemasan, kemasan menggunakan *standing pouch* kemudian ditimbang lalu disealer.”⁶⁷

Kemudian peneliti menanyakan Apa saja persyaratan untuk bisa memasukkan produk ke Indomaret. Beliau menjawab:

“Mempunyai IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil) dan PIRT (Perizinan Industri Rumah Tangga).”⁶⁸

Hal ini juga senada dengan jawaban Ibu ALI yang mengenai kriteria produk UMKM, beliau menjawab:

“Kemasan praktis dan higienis.”⁶⁹

⁶⁴Wawancara dengan Ibu OSP, pada tanggal 31 Januari 2021.

⁶⁵Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

⁶⁶Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

⁶⁷Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 14 Januari 2021.

⁶⁸Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 14 Januari 2021.

Kemudian peneliti menanyakan Apa saja persyaratan untuk bisa memasukkan produk ke Indomaret. Beliau menjawab:

“Memiliki IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil), mempunyai PIRT (Perijinan Industri Rumah Tangga), memiliki sertifikat keamanan pangan, terdaftar di Dinas terkait (Dinas Kesehatan) dan memiliki sertifikat halal dari MUI. Untuk dokumen pendukung yang lainnya, Dinas yang melengkapi.”⁷⁰

Hal ini berbeda dengan jawaban Ibu M yang mengatakan kriteria suatu produk UMKM yang dapat dipromosikan di Indomaret kota Palangka Raya yaitu:

“Kriterianya tidak ada, asalkan rame dipasaran dan diterima banyak konsumen dan harga terjangkau. Mereka (Indomaret) ada tim penurvei pasar dan tim perasa makanan.”⁷¹

Kemudian peneliti menanyakan Apa saja persyaratan untuk bisa memasukkan produk ke Indomaret. Beliau menjawab:

“Memiliki IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil), mempunyai PIRT (Perijinan Industri Rumah Tangga), terdaftar di Dinas terkait (Dinas Kesehatan) dan memiliki sertifikat halai dari MUI.”⁷²

Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat subjek, mengenai kriteria produk yang dapat masuk ke Indomaret Kota Palangka Raya adalah produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus terdaftar di dinas terkait, memiliki izin PIRT (Perijinan Industri Rumah Tangga), IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil), dan sertifikat halal MUI. Selain itu kriteria lainnya yang juga wajib diperhatikan oleh supplier

⁶⁹Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 24 Januari 2021.

⁷⁰Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 24 Januari 2021.

⁷¹Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 20 Januari 2021.

⁷²Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 20 Januari 2021.

adalah dari segi kemasan, yakni harus rapi, aman, higienes, tercantum tanggal kadaluarsa, dan mempunyai harga yang terjangkau.

2. Tantangan Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk Bisa Masuk ke Indomaret *Hybrid* Palangka Raya

Untuk mengetahui hasil penelitian apa saja tantangan produk usaha mikro, kecil dan menengah untuk bisa masuk ke Indomaret *Hybrid* Palangka Raya akan diuraikan dalam beberapa penyajian data subjek dalam penelitian ini. Berikut hasil wawancara dari informan dan subjek tersebut.

Pertama peneliti menanyakan bapak D selaku supplier produk UMKM, apa saja kendala yang dihadapi dalam memasukkan atau mempromosikan produk UMKM ke Indomaret. Beliau menjawab:

“Harus memenuhi kriteria produk sesuai dengan yang diinginkan Indomaret atau yang berstandar modern. Trus juga modal harus kuat, karena mengurus perizinan, pelabelan dan operasional segala macam.”⁷³

Kemudian peneliti menanyakan kendala yang dihadapi dalam memasukkan produk UMKM ke Indomaret kepada Ibu NS. Beliau menjawab:

“Kendalanya produk harus memenuhi kriteria, produk harus diuji dulu produknya ke Indomaret Banjarmasin dan itupun tidak langsung diacc, kita masih menunggu lama, bisa berbulan-bulan baru bisa diacc.”⁷⁴

⁷³Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

⁷⁴Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 27 Maret 2021.

Selanjutnya peneliti menanyakan kendala yang dihadapi dalam memasukkan produk UMKM ke Indomaret kepada Ibu M. Beliau menjawab:

“Verifikasi produk nya melalui perjalanan yang sangat panjang karena melalui proses dari Banjar, setelah itu baru ke Jakarta. Waktunya cukup lama, hampir 3 bulan, karena ada penambahan waktu. Nah dari Jakarta itu lagi itu ada tim survei nya, di situ yang menentukan lolos atau tidaknya produk kita masuk ke Indomaret. Kalo untuk kendala yang dihadapi itu sebenarnya, selama ini cukup terbantu sih, saya terjun ke UKM itu pertamanya, dulu, karena memang pertama nya itu masih belum tau sistem marketing nya seperti apa, setelah berjalannya waktu ada dapat pelatihan, seminar, baru tau oh begini caranya. Apalagi kemaren itu Global TV itu cukup membantu dalam mempromosikan produk kelakai ini.”⁷⁵

Kemudian peneliti menanyakan kendala yang dihadapi dalam memasukkan produk UMKM ke Indomaret kepada Ibu ALI. Beliau menjawab:

“Pengajuan untuk jadi mitra UMKM harus ke Banjarmasin, kantornya tidak ada di Palangka Raya. Pengiriman nota harus ke Banjarmasin juga. Jadi ribet urusan dokumen pengajuan pembayarannya.”⁷⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat subjek, mengenai kendala yang dihadapi dalam memasukkan produk mereka ke Indomaret, memberikan jawaban yang berbeda, hal ini bisa terjadi karena setiap subjek memiliki kendalanya tersendiri. Akan tetapi dari semua itu, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kendala yang paling mendominasi

⁷⁵Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 20 Januari 2021.

⁷⁶Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 27 Maret 2021.

adalah kriteria produk yang cukup rumit dan verifikasi produk yang cukup lama.

3. Peluang Bisnis Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret *Hybrid* Palangka Raya

Untuk mengetahui hasil penelitian apa saja tantangan produk usaha mikro, kecil dan menengah untuk bisa masuk ke Indomaret *Hybrid* Palangka Raya akan diuraikan dalam beberapa penyajian data subjek dalam penelitian ini.

a. Informan Pertama

Berikut hasil wawancara dari informan dan subjek tersebut. Peneliti menanyakan kepada MRR selaku personel Indomaret bagaimana mekanisme atau prosedur masuknya produk UMKM ke Indomaret kota Palangka Raya, beliau menjawab:

“Jadi gini, tadi aku dijelaskan gimana prosedur tentang bermitra, kata asst kepala toko ku, itu pihak supplier mengajukan tawaran produk/barang ke PT. Indomarc Prismatama cabang Banjarmasin, setelah disepakati, itu bakal ke tahap perjanjian kontrak antara supplier dan perusahaan cabang, setelah itu nanti produk/barang yang ditawarkan akan dikirimkan langsung ke perusahaan cabang untuk diproses lebih lanjut, namun setelah diajukan ke cabang, pihak perusahaan cabang tidak bisa langsung menyetujui kesepakatan dengan supplier, karena produk/barang akan dikirimkan lagi ke perusahaan yang berpusat di Jakarta, setelah diproses baru bisa disetujui kerjasama kontrak supplier dengan perusahaan. Agak ribet sii, tapi kalo udah bermitra di indomaret, supplier mendapat keuntungan lebih dari kerjasama itu, karena barang yang dijual di toko indomaret jika tidak laku/habis terjual, maka jadi tanggungan perusahaan, supplier hanya perlu mengirimkan barang/produk baru yang siap dijual lagi.”⁷⁷

⁷⁷Wawancara dengan MRR pada tanggal 11 Januari 2021.

Selanjutnya peneliti menanyakan Kenapa hanya toko Indomaret *hybrid* yang menjual produk UMKM. Beliau menjawab:

“Karena tergantung permintaan barang dari perusahaan. Perusahaan menerima info tentang produk-produk yang dijual di toko, kalo di toko A laku, maka ditingkatkan permintaannya, kalo tidak, ya mungkin dibatasi atau tidak disediakan sama sekali. Selain itu juga Indomaret *hybrid* lebih banyak menjual produk tambahan, yang memiliki peluang banyak dikunjungi oleh pembeli, sehingga peluang ini bisa dimanfaatkan dengan menitipkan produk/barang ke Indomaret.”⁷⁸

Kemudian peneliti menanyakan Bagaimana cara pihak Indomaret mempromosikan produk UMKM yang dijual di Indomaret. Beliau menjawab:

“Kami ngga mempromosikan produknya sii, soalnya toko *hybrid* menjual produk khusus, seperti roti Sya Bread, Yummy Choise (sisis), dan juga promosi produk promo itu wajib karena sudah jadi SOP penawaran, jadi ngga bisa mempromosikan produk lain termasuk produk UMKM. Tapi produk UMKM diletakkan di rak khusus di bagian depan yang memiliki *diplay* terpisah agar menarik konsumen saat memasuki Indomaret.”⁷⁹

Selanjutnya peneliti menanyakan Produk UMKM apa saja yang paling laku terjual. Beliau menjawab: “Keripik pisang.”⁸⁰

Kemudian peneliti menanyakan dari segi kemasan, apakah produk UMKM mempunyai daya tarik. Beliau menjawab:

“Menarik juga, soalnya kemasan plastik nya transparan, jadi isi produk juga terlihat.”⁸¹

⁷⁸Wawancara dengan MRR pada tanggal 11 Januari 2021.

⁷⁹Wawancara dengan MRR pada tanggal 11 Januari 2021.

⁸⁰Wawancara dengan MRR pada tanggal 11 Januari 2021.

⁸¹Wawancara dengan MRR pada tanggal 21 Februari 2021.

b. Informan Kedua

Berikut hasil wawancara dengan Ibu OSP yang merupakan seorang dari Dinas Koperasi dan UKM yang membantu atau menjebatani pihak Supplier dalam memasukkan produk nya ke Indomaret *hybrid* kota Palangkaraya. Peneliti menanyakan Sejak kapan berdirinya Mitra UMKM di Indomaret kota Palangka Raya. Beliau menjawab:

“Kita pertama kali kerjasama dengan Indomaret itu kita *launching* pada tanggal 13 November 2017.”⁸²

Selanjutnya peneliti menanyakan Apa yang melatarbelakangi dan tujuan dari terbentuknya Mitra Indomaret. Beliau menjawab:

“Yang melatarbelakangi kemaren sampe saya mengambil proker Petak Umpet ini. Petak Umpet ini adalah akronim dari peran serta pemerintah kota untuk menciptakan peluang ekonomi terpadu bagi para UMKM. Yang melatarbelakangi kemaren adalah karena kan saya liat produk UMKM kita ini kan ga kalah sama produk-produk yang lain, cuman, produk kita ini kan ga dikenal. Karena yang sekarang kan yang pupoler itu di toko-toko modern gitu maka nya saya memang pengen sekali memperkenalkan produk-produk asli daerah kita dan juga pengennya itu supaya penghasilan para UMKM kita meningkat dan taraf hidupnya semakin naik, trus produk-produk kita ini semakin dikenal oleh masyarakat dan juga kalo mau cari oleh-oleh itu ga ribet, karena kan indomaret kan ada yang buka 24 jam, ada yang engga, kita memilih tempat-tempat yang rame gitu. Karena produk yang masuk di Indomaret ini bukan cuman kerupuk, keripik, tapi ada juga kue basah, kue-kue jajanan pasar, minuman-minuman dingin, trust tuh ada makanan, saya lupa apa namanya, pokoknya ada nasi juga.”⁸³

⁸²Wawancara dengan Ibu OSP pada tanggal 31 Januari 2021.

⁸³Wawancara dengan Ibu OSP pada tanggal 31 Januari 2021.

Kemudian peneliti menanyakan Bagaimana mekanisme atau prosedur masuknya produk UMKM ke Indomaret kota Palangka Raya.

Beliau menjawab:

“Kalo prosedur masuknya itu banyak tahapannya, jadi kita memperkenalkan produk kita, trus uji coba produk. Uji coba produk itu ada 3 tahap. Yang pertama di Palangka Raya, yang kedua di Banjarmasin, dan yang ketiga di Jakarta. Jadi kalo memang nanti lolos di Jakarta, baru kita bisa pajang di indomaret. Banyak juga, agak ribet juga sii ininya, tahapannya, karena kita tau sendiri, karena kalo sudah masuk toko modern itu berarti produk kita bisa dibilang bagus, rapi, halal, trus juga dari kemasan, rasa produk, trus *expired* produknya, itu memang diliat mereka (pihak Indomaret).”⁸⁴

Selanjutnya peneliti menanyakan Apa ada kendala dalam proker petak umpet kerja sama/bermitra dengan Indomaret. Beliau menjawab:

“Kalo untuk yang pertama dulu, kita dibantu sekali sama pihak Indomaret, karena dalam jangka kurang dari satu bulan, kita sudah bisa pajang produk di Indomaret. Kalo kendala ini lebih spesifiknya ini bisa ditanyakan sama teman-teman UKM, karena mereka yang menjalankan kerja sama dengan pihak Indomaretnya, jadi kendalanya itu lebih terasa dari teman-teman UKM nya. Kalo saya hanya menjembati, memfasilitasi untuk kerjasama aja kemaren. Untuk kendala di lapangan itu yang lebih tau mereka teman-teman UKM nya.”⁸⁵

Kemudian peneliti menanyakan Apakah menurut ibu, bisnis produk UMKM di Indomaret ini terbilang menarik. Beliau menjawab:

“Iya, kalo menurut saya bisnis ini sangat bagus, tapi harus dengan ketekunan juga, karena kita juga harus melihat pangsa pasar juga. Harapannya sih nanti dengan teman-teman yang mengikuti di program Petak Umpet, yang ikut

⁸⁴Wawancara dengan Ibu OSP pada tanggal 31 Januari 2021.

⁸⁵Wawancara dengan Ibu OSP pada tanggal 31 Januari 2021.

kerjasama di indomaret ini, mereka memiliki penghasilan yang bertambah, taraf hidupnya naik, produk mereka semakin banyak diminati, semakin dikenal. Jadi nanti bukan hanya di Indomaret, kita berharap nanti ke depannya di toko modern lainnya juga bisa diterima produk-produk UMKM kita.”⁸⁶

Selanjutnya peneliti menanyakan Apakah menurut ibu, produk UMKM ini memiliki peluang yang menjanjikan untuk dipromosikan ke Indomaret. Beliau menjawab:

“Yaa, menurut saya bisnis produk UMKM ini memiliki peluang yang bagus. Karena disamping kemasan menarik dan rapi, *expired* nya juga ada, label halal nya juga ada dan rasa produk nya juga enak. Sehingga bisa masuk ke Indomaret.”⁸⁷

c. Subjek Pertama

Berikut hasil wawancara dengan subjek untuk menjawab Peluang bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya. Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak D yang merupakan seorang Supplier/pemasok produk ke Indomaret *hybrid* kota Palangka Raya. Peneliti menanyakan alasan Bapak bermitra/kerjasama dengan pihak Indomaret dalam memasarkan produk Bapak. Beliau menjawab:

“Agar area pemasaran jadi semakin luas aja.”⁸⁸

Selanjutnya peneliti menanyakan Sudah berapa lama Bapak bermitra dengan pihak Indomaret. Beliau menjawab:

“Sudah berjalan tahun ke-4.”⁸⁹

⁸⁶Wawancara dengan Ibu OSP pada tanggal 31 Januari 2021.

⁸⁷Wawancara dengan Ibu OSP pada tanggal 31 Januari 2021.

⁸⁸Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

Kemudian peneliti menanyakan Bagaimana cara Bapak mempromosikan produknya ke Indomaret. Beliau menjawab:

“Kemaren dibantu sama Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya dan kita memenuhi persyaratannya.”⁹⁰

Selanjutnya peneliti menanyakan Bagaimana mekanisme produk Bapak untuk bisa masuk ke Indomaret. Beliau menjawab:

“Kebetulan waktu itu pengajuan secara kolektif dengan beberapa teman UKM Palangka Raya dan pengajuannya dibantu oleh Dinas Koperasi dan UKM dengan prosedur pengiriman sampel produk ke pihak indomaret di Banjar Baru, setelah melalui beberapa pertimbangan terkait perizinan, packaging, tester rasa, masa *expired*, harga jual, sistem pengiriman dan pembayaran semua deal, akhirnya produk bisa masuk.”⁹¹

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana bentuk kemitraan yang terjalin antara Indomaret dan pelaku UMKM. Beliau menjawab:

“Dalam hal kerjasama ini, kami cuma menitipkan produk di Indomaret untuk dijualkan dengan harga dan syarat yang telah diatur dalam perjanjian. Bisa disebut dengan konsinyasi.”⁹²

Selanjutnya peneliti menanyakan seperti apa sistem pemasukan produk UMKM ke Indomaret, apakah pelaku UMKM akan mendapat penalti atau potongan jika produk yang diminta tidak sesuai dengan jumlahnya. Beliau menjawab:

“Kami menitipkan produk kami di Indomaret itu sesuai dengann permintaan barang dari Indomaret yang jumlah nya sudah diberitahu oleh Indomaret. Indomaret juga menerima permintaan barang dari hasil penjualan produk UMKM

⁸⁹Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

⁹⁰Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

⁹¹Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

⁹²Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

yang laku terjual. Jika tidak memenuhi jumlah yang ditentukan, maka akan mendapat teguran.”⁹³

Kemudian peneliti menanyakan seperti apa sistem pembayaran yang dilakukan oleh pihak Indomaret kepada supplier, apakah dilakukan berjangka waktu atau dibayar setiap bulan. Beliau menjawab:

“Pakai sistem konsinyasi. Jadi ketika produk habis, maka saya menerima uang”⁹⁴

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sistem harga produk UMKM, apakah diterapkan pajak. Beliau menjawab:

“Iya, pajak yang dikenakan untuk pelaku UMKM sebesar 1%.”⁹⁵

Kemudian peneliti menanyakan terkait dukungan untuk memajukan UMKM di Palangka Raya, apakah sedari awal sudah melakukan upaya untuk mengajak UMKM dalam hal bermitra. Beliau menjawab:

“Kami kerjasama dengan Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya untuk memasukkan produk lokal/UMKM ke Indomaret. Bisa dibilang, kita dulu yang gerak/ngetuk untuk masuk ke toko ritel modern.”⁹⁶

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah ada pembinaan yang dilakukan oleh pihak Indomaret atau Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya. Beliau menjawab:

“Iya, pembinaan berasal dari Dinas Koperasi dan UKM, ada dari Dinas Perikanan yang memberi pembinaan. Selain itu

⁹³Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

⁹⁴Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

⁹⁵Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

⁹⁶Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

juga Komunitas AKUMANDIRI juga turut melakukan pembinaan seperti diadakannya seminar-seminar.”⁹⁷

Kemudian peneliti menanyakan seperti apa pembinaan yang dilakukan oleh pihak Indomaret dan Dinas Koperasi dan UKM terkait supplier yang ingin memasukkan produk UMKM nya ke Indomaret.

Beliau menjawab:

“Berupa informasi dari Indomaret terkait kriteria dan persyaratan suatu produk UMKM untuk bisa masuk ke Indomaret. Dari Dina situ juga memberikan seminar tentang pengemasan produk sesuai standar toko modern, sistem marketing yang baik dan pelatihan pengolahan pangan.”⁹⁸

Kemudian peneliti menanyakan Dari pembinaan yang telah dilakukan, apa saja manfaat yang didapat pelaku UMKM. Beliau menjawab:

“Kita mendapatkan ilmu mengenai produksi yang baik, marketing yang bagus.”⁹⁹

Selanjutnya peneliti menanyakan Dari mana ide bisnis ini muncul.

Beliau menjawab:

“Pada tahun 1997 saya sampe di Palangka Raya. Kemudian pada tahun 1999, saya mulai bekerja sebagai karyawan. Saya instruktur computer di satu lembaga pendidikan. Pada tahun 2001 saya bekerja di sebuah hotel. Sampe akhirnya karena menikah dan punya bayi, jadi salah satu dari saya dan istri harus ada yang mundur. Mundur ini menyebabkan masalah muncul, yaitu kebutuhan semakin bertambah tapi penghasilan berkurang. Akhirnya harus nyari solusi yaitu dengan bikin usaha. Pertama saya bikin usaha jualan kerupuk, dititip ke warung kecil. Setelah menjalani usaha ini, dengan segala keterbatasan, packaging yang seadanya, label produk pun masih mpakai kertas fotocopyan, perizinan yang masih belum lengkap dan belum tau marketing segala macam, akhirnya seadanya. Pagi saya kerja berdasi, dan

⁹⁷Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

⁹⁸Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

⁹⁹Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

sore nya ngantar kerupuk ke warung-warung kecil itu masalah yang cukup rumit, malu, gengsi sih awalnya tapi karena kebutuhan, maka dijalankanlah usaha ini. Setelah jualan kerupuk akhirnya dapat ide membuat produk Sale Pisang. Sampe akhirnya pada tahun 2014 saya direkrut menjadi wisausaha muda Kalteng. Di situ didatangkanlah mentor-mentor dari Jakarta, Surabaya dan kami 18 orang. Tahun 2014 menjadi wirausaha muda kalteng dan kemudian saya dipinang oleh asosiasi dari Jakarta. Nah dari situ saya mengenal kerjasama bisnis dan belajar ke luar kota, ke Bogor dan lainnya. Dan ketika balik ke Palangka Raya saya menerapkan ilmu yang saya peroleh dari asosiasi tersebut.

Mengenai ide produk Sale Pisang, ini berawal ketika jalan-jalan ke pasar dan meliht seonggok pisang yang busuk, kan sayang, besok ketemu lagi ketemu lagi. Dan akhirnya mikir kok pisang ini gini-gini aja. Ternyata pisang ini (pisang awa) bukan pilihan untuk dijadikan cemilan sehari-hari, berbeda dengan pisang lain yang banyak diolah menjadi berbagai olahan makanan. Akhirnya terpikir gimana pisang awa ini menjadi sesuatu yang bernilai ekonomis. Setelah melihat di pasar, apa sih olahan pisang yang ada di Palangka Raya ini, pisang goreng, keripik pisang, kue pisang, molen yang bahan bakunya itu bukan pisang awa ini. Akhirnya kalo saya memanfaatkan pisang awa ini, itu berarti saya tidak merebut pasar yang lain. Saya mencari tau dan belajar mengenai pisang awa ini bisa dibuat jadi apa. Akhirnya saya dapat dari kakak yang di Jawa, pisang awa ini bisa dibuat ini (sale pisang) gitu. Awalnya sempat gagal, sampe akhirnya dapat seperti yang kita harapkan. Begitu melihat pasar, ternyata sudah ada pesaing, itu datangnya dari Malang. Tapi ketika kita pelajari pisang yang daari Malang ini bentuknya tipis-tipis, harga nya tinggi, karena didatangkan dari Jawa, Malang. Sementara saya pikir di sini banyak tersedia pisang awa. Kita bisa membuat yang beda dari itu (pisang olahan yang dari Malang). Sehingga harga jual lebih murah. Kita analisis SWOT nya, apa sih kekuatan dan kelemahan produk kita ini (Sale Pisang). Kita ngambil bahan baku nya dari lokal, bisa produksi sendiri, sehingga harga jual lebih murah, masyarakat dengan ekonomi seperti ini akan berpikir untuk membeli produk yang lebih murah. Akhirnya saya terpikir kalo yang dari Malang ini pisang nya tipis-tipis, maka pisangnya tidak terasa. Ketika dikunyah itu rasa nya tidak dominan pisang. Akhirnya kita bikin pisang yang lebih tebal, sehingga bisa lebih terasa rasa pisang nya. Di tahun 2014 itu kita ganti packagingnya, label produknya, dan perizinan segala macam, kita lengkapi. Sale Pisang

sudah punya pasar dan terpikir untuk membuat produk baru. Apa lagi nih, nemu pare, mikir dibikin apa ya. Orang tau nya pare itu pahit. Akhirnya awal sampel produk, eh gak pait ternyata, karena kita baur dengan rasa manis dan pedas. Mikir lagi nih, bikin produk apa lagi. Ada nanem singkong dan dibikinlah rengginang, manggleng singkong, dan keripik singkong. Kalo untuk produk Jamur, ini masih baru. Bahan bakunya pun ada di kebun sendiri. Mudah didapat dan ada penghasilan *income* nya.”¹⁰⁰

Kemudian peneliti menanyakan Apa saja varian produk Bapak dan berapa harga masing-masing nya. Beliau menjawab:

“Ada Sale Pisang dengan harga Rp 13.000, Manggleng Singkong Rp 10.000, Rengginang Singkong Rp 13.000, Kripik Tahu Rp 17.000, Keripik Pare Rp.13.000 dan olahan Jamur Tiram yaitu Jamur Crispy.”¹⁰¹

Selanjutnya peneliti menanyakan Apa keunggulan produk Bapak dibanding produk lainnya yang serupa. Beliau menjawab:

“Harga lebih murah dari produk yang serupa dan juga rasa produk lebih berasa bahan aslinya/bahan baku nya.”¹⁰²

d. Subjek Kedua

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan Ibu NS yang merupakan seorang Supplier/pemasok produk ke Indomaret *hybrid* kota Palangka Raya. Peneliti menanyakan alasan Ibu bermitra/kerjasama dengan pihak Indomaret dalam memasarkan produk Ibu. Beliau menjawab:

“Agar lebih berkembang dan banyak dikenal orang.”¹⁰³

¹⁰⁰Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

¹⁰¹Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

¹⁰²Wawancara dengan Bapak D pada tanggal 15 Januari 2021.

¹⁰³Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 14 Januari 2021.

Selanjutnya peneliti menanyakan Sudah berapa lama Ibu bermitra dengan pihak Indomaret. Beliau menjawab:

“3 tahun.”¹⁰⁴

Kemudian peneliti menanyakan Bagaimana cara Ibu mempromosikan produk Ibu ke indomaret. Beliau menjawab:

“Kemaren yang membantu dari Dinas Koperasi dan UMKM kota Palangka Raya. Dan diadakannya *launching* produk UMKM di Indomaret Palangka Raya.”¹⁰⁵

Selanjutnya peneliti menanyakan Bagaimana mekanisme produk Ibu untuk bisa masuk ke indomaret. Beliau menjawab:

“Kami memberikan sampel produk kami dulu untuk diuji kelayakannya. Setelah lolos baru produk bisa masuk ke Indomaret.”¹⁰⁶

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana bentuk kemitraan yang terjalin antara Indomaret dan pelaku UMKM. Beliau menjawab:

“Kami menitipkan produk di Indomaret untuk dijualkan dengan harga dan syarat yang telah diatur dalam perjanjian.”¹⁰⁷

Selanjutnya peneliti menanyakan seperti apa sistem pemasukan produk UMKM ke Indomaret, apakah pelaku UMKM akan mendapat penalti atau potongan jika produk yang diminta tidak sesuai dengan jumlahnya. Beliau menjawab:

“Kami menitipkan produk kami di Indomaret itu sesuai dengann permintaan barang dari Indomaret. Jika tidak

¹⁰⁴Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 14 Januari 2021.

¹⁰⁵Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 14 Januari 2021.

¹⁰⁶Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 14 Januari 2021.

¹⁰⁷Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 27 Maret 2021.

memenuhi jumlah yang ditentukan, maka akan mendapat penalti.”¹⁰⁸

Kemudian peneliti menanyakan seperti apa sistem pembayaran yang dilakukan oleh pihak Indomaret kepada supplier, apakah dilakukan berjangka waktu atau dibayar setiap bulan. Beliau menjawab:

“Pakai metode konsinyasi.”¹⁰⁹

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sistem harga produk UMKM, apakah diterapkan pajak. Beliau menjawab:

“Iya, pajak sebesar 1%.”¹¹⁰

Kemudian peneliti menanyakan terkait dukungan untuk memajukan UMKM di Palangka Raya, apakah sedari awal sudah melakukan upaya untuk mengajak UMKM dalam hal bermitra. Beliau menjawab:

“Kami kerjasama dengan Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya untuk memasukkan produk UMKM ke Indomaret.”¹¹¹

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah ada pembinaan yang dilakukan oleh pihak Indomaret kota Palangka Raya. Beliau menjawab:

“Tidak ada. Hanya berupa informasi.”¹¹²

Kemudian peneliti menanyakan seperti apa pembinaan yang dilakukan oleh pihak Indomaret dan Dinas Koperasi dan UKM terkait

¹⁰⁸Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 27 Maret 2021.

¹⁰⁹Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 27 Maret 2021.

¹¹⁰Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 27 Maret 2021.

¹¹¹Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 27 Maret 2021.

¹¹²Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 27 Maret 2021.

supplier yang ingin memasukkan produk UMKM nya ke Indomaret.

Beliau menjawab:

“Berupa informasi dari Indomaret terkait kriteria dan persyaratan suatu produk UMKM untuk bisa masuk ke Indomaret.”¹¹³

Selanjutnya peneliti menanyakan Dari pembinaan yang telah dilakukan, apa saja manfaat yang didapat pelaku UMKM. Beliau menjawab:

“Mendapatkan informasi mengenai kriteria produk yang dapat masuk ke Indomaret.”¹¹⁴

Kemudian peneliti menanyakan Dari mana ide bisnis ini muncul.

Beliau menjawab:

“Ide bisnis awalnya dari outlet kelurahan Kalampangan, berhubung saya pengurusnya, daripada kami mengambil produk luar, akhirnya kami membuat sendiri.”¹¹⁵

Selanjutnya peneliti menanyakan Apa saja varian produk Ibu dan berapa harga masing-masing nya. Beliau menjawab:

“Keripik Kelakai dan Stik Kelakai dengan harga reseller Rp.10.000 dan harga di indomaret Rp.12.000.”¹¹⁶

Kemudian peneliti menanyakan Apa keunggulan produk Ibu dibanding produk lainnya yang serupa. Beliau menjawab:

“Keunggulannya adalah produk kami merupakan makanan ciri khas Kalteng.”¹¹⁷

e. Subjek Ketiga

¹¹³Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 27 Maret 2021.

¹¹⁴Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 27 Maret 2021.

¹¹⁵Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 14 Januari 2021.

¹¹⁶Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 14 Januari 2021.

¹¹⁷Wawancara dengan Ibu NS pada tanggal 14 Januari 2021.

Peneliti melakukan wawancara dengan Ibu M yang merupakan seorang Supplier/pemasok produk di indomaret *hybrid* kota Palangka Raya. Peneliti menanyakan Apa alasan Ibu bermitra/kerjasama dengan pihak indomaret dalam memasarkan produk Ibu. Beliau menjawab:

“Alasannya ingin memperluas pemasaran.”¹¹⁸

Selanjutnya peneliti menanyakan Sudah berapa lama Ibu bermitra dengan pihak Indomaret. Beliau menjawab:

“Kurang lebih 3 tahun.”¹¹⁹

Kemudian peneliti menanyakan Bagaimana cara Ibu mempromosikan produk Ibu ke indomaret. Beliau menjawab:

“Pertama nya saya dulu ikut asosiasi, di dalam gabungan asosiasi itu kan kita terkadang gabung dengan Dinas terkait. Kebetulan Dinas terkait itu ada semacam itu ada semacam kerjasama mencarikan peluang bagi para UKM-UKM ke tempat ritel seperti Indomaret, Hypermart. Tapi untuk poromosi pribadi itu kita mengajukan proposal dulu. Nah proposal itu ditujukan ke tim marketing Indomaret. Setelah pengajuan proposal beserta contoh produk itu nanti difilter dulu produknya, masuk kategori mereka (Indomaret) atau tidak. Kemaren saya tanya, pak apakah semua produk bisa masuk, ternyata tidak, seperti apa sih yang di mau Indomaret. Nah mereka bilang, sebenarnya Indomaret mau nya produk yang cepat laku di pasaran, bukan mau nya Indomaret. Kalo Indomaret ini kan isitilah nya penyedia jasa, kalo barang nya itu cepat laku otomatis mereka juga dapat untung. Jadi sama-sama untung. Nah kenapa kami melalui Dinas terkait, karena biasanya produk di Indomaret itu me up kan produk itu cuma 30%. Tapi karena ada kerjasama antara provinsi, itu tidak boleh sebanyak tidak boleh me up kan sebanyak 30%. Dan UKM itu harus ada masuk ke ritel-ritel mereka. Kalo tidak, mereka (Indomaret) tidak dapat izin.”¹²⁰

¹¹⁸Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 20 Januari 2021.

¹¹⁹Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 20 Januari 2021.

¹²⁰Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 20 Januari 2021.

Selanjutnya peneliti menanyakan Bagaimana mekanisme produk

Ibu untuk bisa masuk ke indomaret. Beliau menjawab:

“Kalau saya dulu pengajuannya melalui Dinas Koperasi dan UMKM Palangka Raya yang membantu/menengahi kami ke Indomaret. Kalau untuk prosedur, kita mengajukan proposal beserta contoh produk yang ditujukan ke tim marketing Indomaret melalui Dinas Koperasi dan UMKM kota Palangka Raya. Setelah itu disortir kelayakaannya sampai pusat Jakarta. Kalau lolos kita akan dihubungi pihak Indomaret. Indomaret akan memberi tahu kode-kode Indomaret tempat produk kita dipasarkan. Kalo sebenarnya kita yang mempunyai barcode tersendiri maka kita yang memberitahu kode itu ke Indomaret.”¹²¹

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana bentuk kemitraan yang terjalin antara Indomaret dan pelaku UMKM. Beliau menjawab:

“Hanya menitipkan produk di Indomaret sesuai dengan permintaan barang dari Indomaret.”¹²²

Selanjutnya peneliti menanyakan seperti apa sistem pemasukan produk UMKM ke Indomaret, apakah pelaku UMKM akan mendapat penalti atau potongan jika produk yang diminta tidak sesuai dengan jumlahnya. Beliau menjawab:

“Jumlah produk sesuai permintaan Indomaret. Jika kita tidak sesuai pemasokan produk berturut-turut, maka produk kita akan backlist. Alasannya mereka tidak mau tempat rak nya kosong melompong.”¹²³

Kemudian peneliti menanyakan seperti apa sistem pembayaran yang dilakukan oleh pihak Indomaret kepada supplier, apakah dilakukan berjangka waktu atau dibayar setiap bulan. Beliau menjawab:

¹²¹Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 20 Januari 2021.

¹²²Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 27 Maret 2021.

¹²³Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 27 Maret 2021.

“Sistem konsinyasi atau titipan.”¹²⁴

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sistem harga produk UMKM, apakah diterapkan pajak. Beliau menjawab:

“Iya, pajak dari Indomaret langsung karena kita ada kerjasama UMKM sama Indomaret. Jadi yang biasa di upkan 20%. Kalo untuk UMKM hanya 1%.”¹²⁵

Kemudian peneliti menanyakan terkait dukungan untuk memajukan UMKM di Palangka Raya, apakah sedari awal sudah melakukan upaya untuk mengajak UMKM dalam hal bermitra. Beliau menjawab:

“Kan memang dari pemerintah sudah ada UUD nya bahwa toko modern seperti Indomaret, dan lainnya harus ada barang UMKM. Jadi memang sudah ada kerjasama antara pemerintah dengan Indomaret.”¹²⁶

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah ada pembinaan yang dilakukan oleh pihak Indomaret atau Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya. Beliau menjawab:

“Iya, awalnya saya ikut asosiasi yang memberikan pembinaan. Selain itu juga ada dari Dinas Koperasi dan UKM.”¹²⁷

Kemudian peneliti menanyakan seperti apa pembinaan yang dilakukan oleh pihak Indomaret dan Dinas Koperasi dan UKM terkait supplier yang ingin memasukkan produk UMKM nya ke Indomaret. Beliau menjawab:

¹²⁴Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 27 Maret 2021.

¹²⁵Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 27 Maret 2021.

¹²⁶Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 27 Maret 2021.

¹²⁷Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 27 Maret 2021.

“Dari Dinas memberikan seminar tentang pengemasan produk sesuai standar toko modern, pelatihan pengolahan pangan.”¹²⁸

Selanjutnya peneliti menanyakan Dari pembinaan yang telah dilakukan, apa saja manfaat yang didapat pelaku UMKM. Beliau menjawab:

‘Kita mendapatkan ilmu mengenai pengemasan yang sesuai standar Indomaret, produksi yang baik, marketing yang bagus.’¹²⁹

Kemudian peneliti menanyakan apa saja manfaat yang didapat dari bermitra dengan Indomaret. Beliau menjawab:

“Tentunya tambah pemasukan, tambah pelanggan, tambah outlet yang semakin meluas.”¹³⁰

Selanjutnya peneliti menanyakan Dari mana ide bisnis ini muncul. Beliau menjawab:

“Ide bisnis ini dari melihat minimnya buah tangan yang dapat dibawa ke luar pulau dan banyak nya sumber alam yang potensial.”¹³¹

Kemudian peneliti menanyakan Apa saja varian produk Ibu dan berapa harga masing-masing nya. Beliau menjawab:

“Keripik Kelakai, Kerupuk ikan Saluang original dan Saluang pedas manis dengan harga Rp. 17.000.”¹³²

Selanjutnya peneliti menanyakan Apa keunggulan produk Ibu dibanding produk lainnya yang serupa. Beliau menjawab:

¹²⁸Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 27 Maret 2021.

¹²⁹Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 27 Maret 2021.

¹³⁰Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 27 Maret 2021.

¹³¹Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 20 Januari 2021.

¹³²Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 20 Januari 2021.

“Mungkin dari segi rasa, kebanyakan dari omongan konsumen itu daari segi rasa. Kemudian juga dari brand nya yang mudah diingat.”¹³³

f. Subjek Keempat

Peneliti melakukan wawancara dengan Ibu ALI yang merupakan seorang Supplier/pemasok produk di Indomaret *hybrid* kota Palangka Raya. Peneliti menanyakan Apa alasan Ibu bermitra/kerjasama dengan pihak indomaret dalam memasarkan produk Ibu. Beliau menjawab:

“Agar pemasaran meluas dan berpotensi ekspor.”¹³⁴

Selanjutnya peneliti menanyakan Sudah berapa lama Ibu bermitra dengan pihak Indomaret. Beliau menjawab:

“Sudah 3 tahunan.”¹³⁵

Kemudian peneliti menanyakan Bagaimana cara Ibu mempromosikan produk Ibu ke indomaret. Beliau menjawab:

“Dibantu oleh pihak Dinas Koperasi dan UMKM kota Palangka Raya yang menengahi/menjembatani promosi produk ke Indomaret.”¹³⁶

Selanjutnya peneliti menanyakan Bagaimana mekanisme produk Ibu untuk bisa masuk ke indomaret. Beliau menjawab:

“Awalnya kami difasilitasi Dinas Koperasi dan UMKM kota Palangka Raya. Dari beberapa produk UMKM yang dikirim ke Banjarmasin, dipilih beberapa produk yang direkomendasikan untuk masuk ke Indomaret. Kantor pusat Indomaret Kalteng di Banjarmasin. Salah satu produk yang masuk adalah produk amplang bahalap.”¹³⁷

¹³³Wawancara dengan Ibu M pada tanggal 20 Januari 2021.

¹³⁴Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 24 Januari 2021.

¹³⁵Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 24 Januari 2021.

¹³⁶Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 24 Januari 2021.

¹³⁷Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 24 Januari 2021.

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana bentuk kemitraan yang terjalin antara Indomaret dan pelaku UMKM. Beliau menjawab:

“Konsinyasi.”¹³⁸

Selanjutnya peneliti menanyakan seperti apa sistem pemasukan produk UMKM ke Indomaret, apakah pelaku UMKM akan mendapat penalti atau potongan jika produk yang diminta tidak sesuai dengan jumlahnya. Beliau menjawab:

“Kalau tidak sesuai dengan jumlah permintaan barang, akan kena penalti.”¹³⁹

Kemudian peneliti menanyakan seperti apa sistem pembayaran yang dilakukan oleh pihak Indomaret kepada supplier, apakah dilakukan berjangka waktu atau dibayar setiap bulan. Beliau menjawab:

“Ketika produk terjual, barulah dapat keuntungan.”¹⁴⁰

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sistem harga produk UMKM, apakah diterapkan pajak. Beliau menjawab:

“Kalau saya bayar pajak UMKM setiap bulan dri omset penjualan. Harga jual dari kita selanjutnya pihak Indomaret yang up sendiri. Pajaknya sebesar 0,5 %.”¹⁴¹

Kemudian peneliti menanyakan terkait dukungan untuk memajukan UMKM di Palangka Raya, apakah sedari awal sudah melakukan upaya untuk mengajak UMKM dalam hal bermitra. Beliau menjawab:

¹³⁸Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 27 Maret 2021.

¹³⁹Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 27 Maret 2021.

¹⁴⁰Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 27 Maret 2021.

¹⁴¹Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 27 Maret 2021.

“Yang ngajak bermitra itu dari Indomaretnya. Kemaren yang memfasilitasi dari Dinas Koperasi dan UKM. Tapi sebelumnya sudah komunikasi sendiri ke Indomaret Banjarmasin.”¹⁴²

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah ada pembinaan yang dilakukan oleh pihak Indomaret atau Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya. Beliau menjawab:

“Kalau dari Indomaret paling memberikan informasi-informasi. Contoh penambahan *display*, produk harus dicentang masa kadaluarsanya dan penataan produk di *display* harus rapi.”¹⁴³

Kemudian peneliti menanyakan seperti apa pembinaan yang dilakukan oleh pihak Indomaret dan Dinas Koperasi dan UKM terkait supplier yang ingin memasukkan produk UMKM nya ke Indomaret.

Beliau menjawab:

“Berupa informasi dari Indomaret dan yang dari Dinass memberikan pelatihan pembuatan produk olahan.”¹⁴⁴

Selanjutnya peneliti menanyakan Dari mana ide bisnis ini muncul.

Beliau menjawab:

“Tahun 2013 ibu kursus pembuatan amplang di Sukamara. Pada tahun 2014 ibu mengajukan dana hibah untuk mahasiswa Univ PGRI Palangka Raya melalui program PMW dari Dikti. Dana hibah didapat dan mahasiswa produksi amplang di rumah ibu. Setelah mahasiswa lulus kuliah, dia pulang ke Sampit dan tidak melanjutkan usahanya karena menjadi PNS di Murung Raya. Selanjutnya ibu yang meneruskan bisnis ini sampai sekarang.”¹⁴⁵

Kemudian peneliti menanyakan Apa saja varian produk Ibu dan berapa harga masing-masing nya. Beliau menjawab:

¹⁴²Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 27 Maret 2021.

¹⁴³Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 27 Maret 2021.

¹⁴⁴Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 27 Maret 2021.

¹⁴⁵Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 24 Januari 2021.

“Amplang Pipih dan Kerupuk Pipih dengan harga Rp.12.000 dan Rp.18.000.”¹⁴⁶

Selanjutnya peneliti menanyakan Apa keunggulan produk Ibu dibanding produk lainnya yang serupa. Beliau menjawab:

“Non vetsin dan tanpa pengawet. Bisa langsung dimakan.”¹⁴⁷

C. Analisis Data

1. Kriteria produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang Dapat Masuk ke Indomaret Palangka Raya

Rumusan masalah pertama dalam penelitian ini adalah mengenai apa saja kriteria produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dapat dipromosikan di Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya. Indomaret merupakan salah satu minimarket yang banyak tersebar di Indonesia, jika kita dapat menyetorkan atau memasarkan produk ke Indomaret maka nantinya produk kita dapat lebih luas untuk diketahui banyak masyarakat. Selain itu ketika produk masuk ke dalam indomaret, berarti sudah terjamin kualitasnya. Karena pihak indomaret sendiripun tidak mungkin hanya menerima produk dari pelaku usaha tanpa adanya tahapan dan aturan produk yang dapat dijual pada pihak indomaret. Namun ketika produk sudah lolos dan dapat dipasarkan di indomaret maka akan lebih banyak keuntungannya. Jika peluang produk bagus, maka pihak indomaretpun pastinya akan sanggup untuk meluaskan produk dari pelaku usaha. Dengan adanya sarana penjualan melalui indomaret, berarti menghemat biaya

¹⁴⁶Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 24 Januari 2021.

¹⁴⁷Wawancara dengan Ibu ALI pada tanggal 24 Januari 2021.

untuk pemasaran produk. Tentunya tidak perlu banyak berpikir untuk memperhitungkan banyak pengeluaran, seperti bayaran listrik, karyawan toko, sewa tempat atau membangun tempat yang strategis. Namun dengan diberikan kemudahan oleh pihak indomaret, maka pemasok produk wajib mengikuti persyaratan yang telah diberikan indomaret. Dengan menjaga kualitas produk, tetap evaluasi hasil produk dan selalu bertanggung jawab akan kewajiban kepada pihak indomaret.

Mitra Indomaret atau yang dikenal Petak Umpet yang merupakan akronim dari peran serta pemerintah kota untuk menciptakan peluang ekonomi terpadu bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Berdirinya Mitra Indomaret ini pada tanggal 13 November 2017. Yang melatarbelakangi adanya Mitra Indomaret ini adalah adanya produk-produk lokal dan produk dari para UMKM yang berpeluang di pasaran. Agar produk itu dikenal banyak orang maka dimasukkan lah ke toko ritel.

Dari hasil wawancara, peneliti menemukan ada beberapa kriteria dan persyaratan produk UMKM yang dapat masuk ke Indomaret. Adapun kriteria dan persyaratan yang dimaksud adalah produk harus rapi, higienis, bentuk modern, memiliki kualitas yang baik dengan harga yang kompetitif, memiliki informasi produsen, terdaftar pada dinas terkait, mencantumkan tanggal kadaluarsa, memiliki barcode produk dan memiliki sertifikat halal MUI. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Kriteria Produk UMKM yang Dapat Masuk ke Indomaret
Palangka Raya

No	Subjek (Supplier)	Nama Brand	Produk	Catatan
1	D	Lintang Snack	Sale Pisang, Manggleng Singkong, Rengginang Singkong, Keripik Tahu, Keripik Pare	Terdaftar di Dinas terkait, mencantumkan tanggal kadaluasa, sudah memiliki izin PIRT, IUMK, sertifikat halal dari MUI
2	NS	Yumi	Keripik Kelakai dan Stick Kelakai	Terdaftar di Dinas terkait, mencantumkan tanggal kadaluasa, sudah memiliki izin PIRT, IUMK, sertifikat halal dari MUI
3	M	Imur	Keripik dan Kelakai Kerupuk Ikan Saluang	Terdaftar di Dinas terkait, mencantumkan tanggal kadaluasa, sudah memiliki izin PIRT, IUMK, sertifikat halal dari MUI
4	ALI	Bahalap	Amplang Pipih dan Kerupuk Pipih	Terdaftar di Dinas terkait, mencantumkan tanggal kadaluasa, sudah memiliki izin PIRT, IUMK, sertifikat halal dari MUI

Sumber: Diolah oleh Peneliti

Kriteria produk yang dapat masuk ke Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya adalah harus terdaftar di dinas terkait, mencantumkan tanggal kadaluasa, sudah memiliki izin PIRT, IUMK, sertifikat halal dari MUI, para supplier atau Mitra Indomaret ini sudah memenuhi persyaratan produk. Hal ini juga sesuai dengan hasil wawancara dengan informan OSP yang mengatakan bahwa persyaratan suatu produk UMKM yang bisa dipromosikan di Indomaret adalah seperti yang ada pada tabel. Dari hasil wawancara, subjek D menjelaskan bahwa kriteria produk adalah kemasan harus rapi, higienis, rapi, aman dan harga yang terjangkau. Lalu, subjek NS

menjelaskan bahwa kriteria produk adalah dilihat dari segi kemasan dan produk yang tahan lama lebih dari sebulan. Untuk proses pengemasan menggunakan *standing pouch* kemudian ditimbang lalu diselaer.

Adapun subjek ALI mengatakan bahwa kriteria produk adalah kemasan harus rapi, higienes dan aman. Sementara subjek M mengatakan bahwa kriteria produk tidak ada, asalkan ramai dipasaran dan diterima banyak konsumen dan harga terjangkau, karena dari Indomaret ada tim pensurvei pasar dan tim perasa makanan. Walaupun begitu, keempat supplier ini sudah memenuhi semua persyaratan produk mereka masing-masing. Produk mereka sudah terdaftar pada dinas terkait, sudah memiliki perizinan pangan dan sertifikat halal MUI sehingga produk dapat dijual di Indomaret.

2. Tantangan Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk Bisa Masuk ke Indomaret *Hybrid* Palangka Raya

Rumusan masalah kedua dalam penelitian ini adalah mengenai apa saja tantangan produk usaha mikro, kecil dan menengah untuk bisa masuk ke Indomaret *Hybrid* Palangka Raya. Indomaret memiliki kriteria dan persyaratan bagi produk UMKM yang akan masuk ke Indomaret. Mereka mempunyai mekanisme atau prosedur tersendiri untuk menerima produk UMKM. Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menemukan kendala yang dialami Supplier/ pelaku UMKM untuk bisa memasukkan produk mereka ke Indomaret. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.5

Kendala yang Dihadapi oleh Supplier Produk UMKM

No	Subjek (Supplier)	Jenis Kendala	Catatan
1	D	Modal usaha, kriteria produk dan operasional	Harus memenuhi kriteria produk sesuai dengan yang diinginkan Indomaret atau yang berstandar modern. Modal harus kuat, karena mengurus perizinan, pelabelan dan operasional segala macam.
2	NS	Kriteria produk dan waktu uji coba produk	Kendalanya produk harus memenuhi kriteria, produk harus diuji dulu produknya ke Indomaret Banjarmasin dan itupun tidak langsung diacc, karena masih menunggu lama, bisa berbulan-bulan baru bisa diacc
3	M	Waktu verifikasi produk	Verifikasi produk nya melalui perjalanan yang sangat panjang karena melalui proses dari Banjar, setelah itu baru ke Jakarta. Waktunya cukup lama, hampir 3 bulan
4	ALI	Pengajuan produk dan dokumen	Pengajuan untuk jadi mitra UMKM harus ke Banjarmasin, kantornya tidak ada di Palangka Raya. Pengiriman nota harus ke Banjarmasin juga. Jadi cukup ribet untuk urusan dokumen pengajuan pembayarannya

Sumber: Diolah oleh Peneliti

Kendala yang dihadapi oleh supplier produk UMKM kota Palangka Raya dalam penelitian ini adalah kendala dari segi kriteria produk, pengajuan produk yang cukup rumit, waktu verifikasi produk yang cukup lama dan dokumen terkait produk. Kendala yang dirasakan para subjek alami ini pun berbeda-beda. Subjek D mengatakan kendala nya yakni harus memenuhi kriteria produk sesuai dengan yang diinginkan Indomaret atau yang berstandar modern. Modal harus kuat, karena mengurus perizinan, pelabelan dan operasional segala macam yang tentunya membutuhkan dana. Subjek NS mengatakan kendala nya adalah produk

harus memenuhi kriteria toko modern, produk harus diuji dulu produknya ke Indomaret Banjarmasin dan itupun tidak langsung diacc, karena masih menunggu lama, bisa berbulan-bulan baru bisa diacc.

Adapun subjek selanjutnya, ALI mengatakan kendala nya adalah pengajuan untuk jadi mitra UMKM harus ke Banjarmasin, kantornya tidak ada di Palangka Raya. Pengiriman nota harus ke Banjarmasin juga. Jadi cukup rumit untuk urusan dokumen pengajuan pembayarannya. Hal yang sama dikatakan oleh subjek M yang mengatakan bahwa kendala nya adalah verifikasi produk nya melalui perjalanan yang sangat panjang karena melalui proses dari Banjar, setelah itu baru ke Jakarta. Waktunya cukup lama, hampir 3 bulan, karena ada penambahan waktu. Dari Jakarta itu lagi itu ada tim survei nya, di situ yang menentukan lolos atau tidaknya produk kita masuk ke Indomaret. Kalau untuk kendala yang dihadapi itu sebenarnya, selama ini cukup terbantu, dia terjun ke UKM itu pertamanya, dulu, karena memang pertama dia masih belum tau sistem marketing nya seperti apa, setelah berjalannya waktu ada dapat pelatihan, seminar, baru lah mengetahui cara-cara nya. Dia mengaku bahwa sewaktu pengajuan produk itu Global TV membantu dalam mempromosikan produk nya.

Pada dasarnya kendala-kendala yang dirasakan oleh supplier produk UMKM merupakan tantangan yang harus diselesaikan. Kendala-kendala tersebut harus dievaluasi dan diperbaiki sehingga ke depannya UMKM dapat lebih mudah untuk memasukkan produk mereka ke Indomaret. Agar

dapat meningkatkan perekonomian kota Palangka Raya sehingga terwujudnya kesejahteraan masyarakat.

3. Peluang Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indomaret Hybrid kota Palangka Raya

Peluang bisnis dapat diartikan sebagai ide investasi atau usulan usaha yang menarik yang memberi keuntungan untuk memberikan hasil atau keuntungan bagi seseorang yang memiliki risiko. Peluang seperti ini digambarkan oleh persyaratan dan mengarah ke persediaan suatu usaha produk atau jasa yang dibuat atau ditambahkan nilainya untuk keperluan pembeli atau pengguna akhir.¹⁴⁸ Sedangkan peluang sesuai dengan KBBI, peluang adalah kesempatan. Maka peneliti menyimpulkan bahwa peluang adalah kesempatan yang dimanfaatkan oleh seseorang atau lebih dalam kegiatan mencari laba melalui penyediaan barang atau jasa.

Salah satu bentuk kepedulian Indomaret kota Palangka Raya diwujudkan dalam bentuk kemitraan yang terjalin antara Indomaret dengan pelaku UMKM. Kemitraan ini menciptakan peluang bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya agar lebih dikenal masyarakat. Praktik kemitraan usaha antara toko modern dengan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), sebenarnya sudah banyak dilakukan oleh toko modern meskipun banyak pihak masih menganggap kemitraan usaha tersebut belum memberikan hasil yang diharapkan. Mulai terjalinnya bentuk kerjasama antara toko modern dengan UMKM sepantasnya patut

¹⁴⁸Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo, cet ke-3, 2019, h. 207

disyukuri dan didorong agar semakin berkembang. Pemerintah berperan besar mendorong kemitraan usaha tersebut dengan berbagai cara antara lain mewajibkan pengelola toko modern untuk menyediakan setidaknya 10% dari luas lantai penjualan bagi UMKM atau menjadikan UMKM sebagai rekan pemasok barang.¹⁴⁹ Hal ini sesuai dengan yang dikatakan subjek M bahwa ada Undang-undang dari pemerintah yang mengatur bahwa toko modern seperti Indomaret harus ada produk UMKM nya.

Kemitraan usaha dalam bidang toko modern atau pasar modern secara khusus diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-DAG/Per/12/2008 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern, kemitraan usaha dalam bisnis ritel dengan pola perdagangan umum dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha atau penerimaan pasokan dari pemasok kepada toko modern yang dilakukan secara terbuka.¹⁵⁰ Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Mitra Indomaret kota Palangka Raya berdiri pada tanggal 13 November 2017. Program kemitraan ini diharapkan dapat memberikan pengaruh yang besar untuk kualitas para pelaku UMKM, seperti kualitas kemasan, daya jual yang tinggi, meningkatnya kreativitas dari pelaku UMKM untuk berinovasi dalam menghasilkan produk yang banyak diminati oleh masyarakat, baik lokal maupun yang dari luar. Dengan adanya kemitraan ini, Indomaret

¹⁴⁹Rahmat Kurniawan, *Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Padangsidimpuan*, At-Tawassuth: Vol IV No.1 Januari-Juni 2019, h. 217-218

¹⁵⁰Pasal 5 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 tahun 2008.

dapat semakin menambah jenis-jenis produk yang dijualnya dan hal ini juga dapat mempengaruhi pendapatan dari Indomaret. Selain itu, pelaku UMKM juga wajib mematuhi peraturan-peraturan yang telah dibuat oleh pihak Indomaret.

Peluang diciptakan agar menjadi kesempatan, dalam hal ini kesempatan bagi pelaku UMKM untuk memasukkan produknya ke Indomaret. Namun faktanya masih cukup sulit untuk memasarkan produknya ke Indomaret. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara bahwa dari sekian banyak produk UMKM yang masuk ke Indomaret, hanya beberapa produk saja yang lolos. Ini dikarenakan produk UMKM harus memenuhi persyaratan dan kriteria yang diinginkan oleh Indomaret atau yang berstandar toko modern, seperti harus memiliki perizinan yang lengkap, kemasan yang sesuai standar (rapi, aman, higienis), dapat memastikan bahwa produk aman bagi konsumen, dalam artian harus sudah tertera produsen, ukuran, registrasi dari departemen kesehatan atau dinas terkait, terdapat tanggal kadaluarsa produk, bersertifikat halal MUI, kualitas dan harga produk harus kompetitif. Tujuan Indomaret melakukan ini untuk memastikan bahwa produk UMKM tersebut benar-benar berkualitas baik dan layak untuk dijual di Indomaret.

Sebenarnya Indomaret juga melihat dari segi rasa dan produk yang cepat laku dipasaran, jika produk laku maka Indomaret akan mendapat keuntungan dan supplier pun akan mendapat keuntungan. Menurut kesimpulan pengamatan peneliti, dari sekian banyak produk UMKM yang

diajukan masuk ke Indomaret, hanya beberapa produk UMKM saja yang dapat masuk, tidak semua lolos, ini menandakan adanya indikasi kemitraan yang tidak harmonis antara Indomaret dan pelaku UMKM. Berdasarkan observasi peneliti, Indomaret tidak ingin tersaingi produknya dengan adanya produk UMKM di dalamnya. Oleh sebab itu produk UMKM yang dijual di Indomaret tidak boleh sama dengan produk yang ada di Indomaret. Setiap toko ritel modern biasanya memiliki produk dengan merk mereka sendiri, jadi sebisa mungkin pelaku UMKM menghindari untuk bersaing dengan produk yang sudah mereka buat untuk lebih memudahkan produk UMKM diterima masuk di Indomaret.

Dari hasil observasi, produk UMKM yang ada di Indomaret kota Palangka Raya, kebanyakan adalah produk lokal atau produk khas daerah. Namun tidak semua Indomaret yang ada di kota Palangka Raya ada menjual produk UMKM di dalamnya, produk UMKM atau produk lokal hanya berada di Indomaret toko besar atau Indomaret *Hybrid* yang memang menjual produk khusus dan lebih lengkap dari Indomaret reguler (biasa). Hal ini dikarenakan permintaan barang UMKM di suatu tempat atau wilayah itu berbeda, ini juga ada kaitannya dengan marketing yang dilakukan oleh Indomaret.

Seiring berjalannya waktu, produk UMKM di Indomaret bertambah yaitu adanya aneka kue basah. Namun penjualan kue basah ini dianggap memiliki risiko seperti produk tidak tahan lama dan mudah rusak sehingga tidak laku dijual dikarenakan hal tersebut. Berdasarkan hasil dokumentasi

permintaan barang akan produk UMKM, yang paling banyak permintaan barang nya adalah produk UMKM Rossemi jahe merah, 999 kue semprong, 999 kue gembang goyang, dan Lintang sale pisang. Permintaan barang ini bisa berubah setiap bulannya, tergantung dari minat pembeli atau konsumen di suatu Indomaret.

Target pemasaran produk UMKM adalah masyarakat lokal dan wisatawan. Dikarenakan masa pandemi covid-19, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Palangka Raya berkurang, konsumen jadi berkurang, ini berdampak pada penjualan produk UMKM yang menurun. Penjualan yang menurun ini menyebabkan permintaan barang akan produk UMKM jadi berkurang. Akibatnya pelaku UMKM tidak mendapatkan keuntungan yang ingin dicapai karena permintaan barang yang terbatas (sedikit).

Untuk menjalankan Tanggung Jawab Sosial (CSR) dalam bentuk pembinaan ini, Indomaret membutuhkan dukungan dan mengoptimalkan kerjasama bersama pemerintah kota. Dinas Koperasi dan UKM dapat berperan sebagai pembimbing yang memfasilitasi dan membuat kebijakannya dengan peraturan yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan subjek dan hasil observasi bahwa pelaku UMKM berkerjasama dengan Indomaret itu dibantu dan difasilitasi oleh Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya. Dari pihak Indomaret hanya memberikan informasi saja, seperti penambahan *display*, produk harus dicentang masa kadaluarsanya dan penataan produk di *display* harus rapi.

Pihak Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya memberikan pelatihan dan seminar kepada pelaku UMKM mengenai pembuatan produk olahan, pengemasan produk yang baik dan benar, perizinan produk yang sesuai dengan standarisasi toko modern, dan menyediakan tempat pada UMKM untuk memperkenalkan produk yang dimiliki. Namun dari pengakuan supplier mengatakan bahwa pembinaan yang dilakukan belum berjalan secara optimal. Hal ini dikarenakan waktu pelatihan yang tidak menentu dan banyaknya peserta yang ikut sehingga kurang fokus. Akan lebih baik jika peserta dibatasi atau bergantian sehingga lebih fokus dan efektif.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa Indomaret masih belum optimal melaksanakan pembinaan terhadap UMKM yang merupakan bagian dari program kemitraan antara ritel modern dengan UMKM berdasarkan Undang-undang Nomor 32 tahun 1998. Namun dari Dinas Koperasi dan UKM Palangka Raya masih mengoptimalkan pembinaan terhadap pelaku UMKM. Karena hal tersebut juga merupakan visi dan misi pemerintah kota perlu adanya pemberdayaan masyarakat dan UMKM sehingga menjadi masyarakat dan usaha produktif di Palangka Raya khususnya yang memiliki kemandirian dan kemampuan untuk membangun dan meningkatkan ekonomi daerah. Pemerintah Kota Palangka Raya sudah berusaha maksimal tapi belum optimal hasilnya.

Hal ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Dakhoir, dalam penelitiannya yang berjudul Eksistensi Usaha Kecil

Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern yang menjelaskan bahwa program kemitraan toko modern dengan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sudah didokumentasikan namun belum terimplementasi dengan baik karena kurangnya komitmen dan pengawasan yang masih minim.¹⁵¹

Berbicara mengenai kemitraan dalam Islam, Allah SWT berfirman dalam QS. Shad Ayat 24:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالٍ نَعْتِكَ إِلَىٰ نَعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ آلِ خَطَاةٍ لَّيَبْغِي
بِعِضِهِمْ عَلَىٰ بَعْضِ الْأَذْيَانِ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ
أَنَّمَا فَتَنَّهٗ فَأَسْأَلَ رَبَّهُ وَأَنَابَ¹⁵²

Artinya: Daud berkata: “Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya, dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang salah; dan amal sedikitlah mereka ini” dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya: Maka ia meminta apapun kepada Tuhannya lalu menyingkur sujud bertaubat.¹⁵³

Makna dari ayat di atas menunjukkan perkenaan dan pengakuan Allah SWT, akan adanya kegiatan perserikatan dalam kepemilikan harta. Tidak sedikit mereka yang melakukan kerjasama selalu ingin merugikan mitra usahannya, terkecuali mereka yang beriman dan senantiasa melakukan

¹⁵¹Ahmad Dakhoir, *Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern*, Jurnal Studi Agama dan Masyarakat, ISSN: 1829-8257; ISSN: 2540-8232, Vol. 14 No. 01, 2018

¹⁵²Q.S Shad [38] ayat 24

¹⁵³Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung, Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Quran, 2014, h.363

amalan yang sholeh karena merekalah tidak ingin mendzhalimi orang lain. Namun, sedikit sekali orang-orang tersebut. Kerjasama yang tidak diperbolehkan (dalam pemaparan diatas) ialah, berbuat zhalim atas sesama rekan patungan. Ayat di atas menjelaskan pula *syirkah* secara implisit, bahwa orang yang berserikat atau berpatungan yang dimaksud adalah perkenaan dan pengakuan Allah terhadap bolehnya untuk melakukan perserikatan dalam kepemilikan harta dimana, hal ini menunjukkan kerjasama atau *syirkah* yang terjadi atas dasar akad (transaksi).¹⁵⁴

Menurut hasil penelitian peneliti bahwa kemitraan antara Indomaret dengan pelaku UMKM/Supplier produk UMKM ini bersifat konsinyasi. Dimana pengamat adalah pihak yang menitipkan barang atau pemilik barang. Pengamat akan tetap mencatat barang yang ditiipkannya sebagai persediaan selama barang yang ditiipkan belum terjual atau menunggu laporan dari komisioner. Komisioner adalah pihak yang menerima titipan barang.¹⁵⁵ Penjualan konsinyasi dalam pengertian sehari-hari dikenal dengan sebutan penjualan dengan cara penitipan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara bahwa jika supplier tidak memenuhi jumlah permintaan barang dari Indomaret maka produk UMKM akan mendapat penalti, dan jika produk UMKM tidak memenuhi jumlah permintaan barang secara berturut-turut, maka produk akan dblack list. Dari sistem pajak, produk UMKM dikenakan pajak sebesar 1% dari hasil penjualan.

¹⁵⁴Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Al-Sheikh, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*, Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2003. Hal. 546.

¹⁵⁵Cici Tria Fauziah Ritonga, *Analisis Penerapan Akuntansi Penjualan Konsinyasi pada PT. Surya Putra Sumatra (SPS) II Pasir Pengaraian*, Universitas Pengaraian, 2016, h. 23.

Hal ini sudah berjalan sesuai dengan metode konsinyasi dimana sudah ada perjanjian sebelum berjalannya konsinyasi ini yang sudah disepakati oleh komisioner dan pengamat.

Dalam Hadis Rasulullah SAW Bersabda:

اَقَالَ: "وَسَلَّمَ عَلَيْهِ َ اللهُ صَلَّى اللهُ رَسُوْلُ قَالَ: قَالَ عَنَّهُ ُ ُ اِرْضِيْ هُرَيْرَةَ اَبِي عَن خَانَ فَاِذَا بِهِ، صَاحَ اَحَدُهُمَا يُحْنُ لَمْ مَا الشَّرِيْكِيْنَ ثَالِثُ اَنَا تَعَالَى ُ ُ
بَيْنَهُمَا مِنْ خَرَجَتْ

Artinya: Aku (Allah) adalah pihak ketiga dari dua orang berserikat, sepanjang salah seorang dari keduanya tidak berkhianat terhadap lainnya, apabila seorang berkhianat terhadap lainnya maka aku keluar dari keduanya (HR. Abu Dawud dan Al-Hakim dari Abu Hurairah).¹⁵⁶

Berdasarkan hadis tersebut kita dapat artikan bahwa ketika dua pihak melakukan akad kemitraan dengan berbagai macam bentuk, maka Allah akan memberikan dukungan penuh kepada kedua belah pihak tersebut selama memegang amanah masing-masing dan tidak mengkhianati janjinya. Akan tetapi, bila seorang dari kedua belah pihak tidak memiliki komitmen terhadap perjanjian yang disepakati dalam akad, maka Allah akan berlepas diri dari kemitraan keduanya. Berlepas diri dalam artian mencabut kepedulian-Nya untuk mendukung usaha mereka, sehingga usaha mereka tidak akan mendapat pertolongan, bimbingan dan keberkahan.

¹⁵⁶Nurfaika, *Pola Kemitraan Menurut Perspektif Islam Antara Petani Tebu dengan Pabrik Gula di Kabupaten Takalar*, Skripsi, Makassar, UIN Alauddin, 2019, h. 23

Sebagaimana yang telah peneliti tulis pada bagian bab II, dalam hukum Islam, terdapat salah satu akad yang mengatur mengenai hubungan kerjasama yang terjalin antara dua pihak atau lebih untuk mendapatkan keuntungan yang kemudian disebut dengan *syirkah*. *Syirkah* pada hakikatnya adalah sebuah kerjasama yang saling menguntungkan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki. Oleh karena itu Islam menganjurkan untuk bekerja sama kepada siapa saja dengan tetap memegang prinsip tolong menolong.

Adapun penyebab dari kurang optimalnya kerjasama yang terjalin dikarenakan masih kurangnya komitmen, pengawasan yang masih minim dan kurang optimalnya pembinaan dari Indomaret. Selain itu, menurut hasil observasi dan wawancara, dari segi penerimaan produk UMKM di Indomaret juga terbilang rumit. Hal ini karena tidak semua produk UMKM yang masuk dapat diterima dan lolos di Indomaret, juga karena sulitnya untuk memenuhi kriteria dan persyaratan dari Indomaret yang berstandar toko modern karena Indomaret punya standar produk dan manajemen tersendiri serta prosedur/mechanisme pengajuan produk untuk masuk ke Indomaret pun terbilang cukup panjang dan cenderung rumit, produk yang diajukan tidak bisa langsung dijual di Indomaret terdekat tetapi produk harus melewati proses yang cukup panjang, produk diajukan ke perusahaan cabang yang ada di Banjarmasin, kemudian perusahaan pusat yang ada di Jakarta, setelah melalui beberapa tahap dan dikatakan lolos, produk bisa dijual di Indomaret Kota Palangka Raya. Hal ini cukup rumit

bagi pelaku UMKM yang ingin memasukkan produk nya ke Indomaret kota Palangka Raya. Berdasarkan kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dan telah peneliti paparkan di atas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa walaupun kerjasama yang terjalin antara Indomaret dan pelaku UMKM sudah didokumentasikan, namun masih belum terimplementasikan dengan baik yang akhirnya membuat peluang bisnis produk UMKM di Indomaret Kota Palangka Raya ini masih terbilang kecil.

Peluang yang masih kecil ini dapat diatasi dengan menggunakan hubungan simbiosis mutualistik yang saling menguntungkan sebagaimana yang dijelaskan dalam UU Nomor 5 Tahun 1984 tentang Industri Kecil pasal 11, harus berdasarkan: 1) Saling membutuhkannya, ukurannya adalah motivasi hubungan kemitraan, jenis produk terkait, sistem pengelolaan hubungan kemitraan, 2) Asas saling memperkuat, ukurannya adalah jenis dan syarat bantuan, dampak bantuan, 3) Asas saling menguntungkan, ukurannya adalah pengembangan aspek ekonomi dan kesejahteraan, pengembangan aspek kultural. Dalam Undang-undang Nomor 7 tahun 2014 dasar prinsip kemitraan yaitu saling memerlukan, saling mempercayai, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

Firman Allah dalam Q.S Al-Maidah ayat 2:

وَالْعُدَّةِ وَإِنِ الْإِثْمَ عَلَى تَعَاوُنِهِمْ وَلَا تَتَّقُوا عَلَى الْبِرِّ عَلَى وَتَعَاوُنُوا

الْعِقَابِ شَدِيدٍ إِنَّ اللَّهَ لَطِيفٌ خَبِيرٌ¹⁵⁷

Artinya: “...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.”¹⁵⁸

Sebagaimana peneliti mencantumkan pada bab II bahwasanya kemitraan dalam Islam yang disebut dengan *syirkah* yaitu akad yang berlaku antara dua orang atau lebih untuk ta’awun dalam bekerja pada suatu usaha dan membagi keuntungan. Berdasarkan pemaparan diatas, program kemitraan/kerjasama yang dijalankan Indomaret dan pelaku UMKM belum optimal karena melihat tidak semua produk UMKM bisa menembus toko modern (Indomaret) bahkan produk UMKM di dalamnya ada yang mengalami penurunan kuantitas. Ini dikarenakan kriteria dan persyaratan dari Indomaret cukup rumit, yaitu harus berstandar toko modern. Hal ini cukup memberatkan bagi pelaku UMKM untuk menembus toko modern. Namun di sisi lain, tujuan Indomaret untuk memastikan bahwa produk UMKM tersebut benar-benar berkualitas baik dan layak untuk dijual di Indomaret.

Terkait dengan prosedur masuknya produk UMKM ke Indomaret juga cukup panjang karena produk harus diseleksi terlebih dahulu seperti perizinan lengkap, kemasan, rasa dan lain-lain. Uji seleksi ini dilakukan di

¹⁵⁷Q.S Al-Maidah [5] ayat 2

¹⁵⁸Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung, Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Quran, 2014, h. 85

Banjarmasin dan Jakarta. Jadi produk UMKM tidak bisa langsung dijual di Indomaret Palangka Raya. Hal ini cukup rumit untuk produk UMKM bisa masuk ke Indomaret.

Dari segi kemitraan, Indomaret belum optimal melakukan upaya untuk menggandeng pelaku UMKM dalam bermitra, padahal program kemitraan juga merupakan bentuk tanggung jawab sosial mereka terhadap lokal. Ini dibuktikan dengan adanya pelaku UMKM yang lebih dulu mengajak bermitra dengan Indomaret yang istilahnya ngetuk pintu duluan ke Indomaret. Hingga saat ini pihak Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya yang membantu memfasilitasi kepada para UMKM untuk bisa bermitra dengan Indomaret. Pembinaan terhadap UMKM masih dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Palangka Raya dan beberapa lembaga atau instansi lainnya seperti Telkom. Hal tersebut sesuai dengan undang-undang No 20 Tahun 2008 tentang pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan Pemerintah Daerah.

Dari segi modal atau dana, Indomaret tidak memberikan bantuan berupa uang, namun penyediaan rak atau tempat untuk produk UMKM. Hal ini dibuktikan dari pengakuan subjek yaitu pelaku UMKM bahwa mereka mengeluarkan dana sendiri untuk produk mereka.

Untuk meningkatkan peluang bisnis produk UMKM di Indomaret, serta agar kerjasama yang terjalin antara Indomaret dan pelaku UMKM dapat berjalan dengan lebih lancar dan saling menguntungkan, peneliti berusaha memberikan jalan tengah bahwa sebaiknya bentuk kerjasama

antara kedua pihak tersebut dengan konsep *syirkah* berbasis tolong menolong yang disebut dengan *syirkah ta'awuniah*. *Syirkah taa'wuniah* ini adalah *syirkah* baru yang diciptakan oleh ahli ekonomi yang banyak memiliki manfaat. Dalam hal ini, jika Indomaret dan pelaku UMKM setuju melakukan kerjasama dengan prinsip *syirkah ta'awuniah*, maka pihak Indomaret sebaiknya dapat lebih optimal lagi dalam melakukan pembinaan terhadap pelaku UMKM agar semua produk UMKM dapat diterima dan lolos masuk ke Indomaret dengan mudah. Adapun bentuk pembinaan yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan prosedur yang mudah dan tidak mempersulit persyaratan masuk suatu produk UMKM ke Indomaret serta apabila ada pelaku UMKM yang belum memahami betul dengan cara pengolahan, pengemasan, pemasaran produk dan teknologi maka diberikan pembinaan kepada pelaku UMKM tersebut.

Dari aspek ekonomi, bentuk pembinaan yang dapat dilakukan adalah melalui bantuan modal, melalui kegiatan pameran/promo produk, pelatihan kewirausahaan kepada pelaku UMKM. Manfaatnya adalah meningkatnya pendapatan pelaku UMKM sehingga berkembangnya *asset* maupun omset penjualan mereka dan Indomaret maupun pelaku UMKM memperoleh nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan sehingga membantu meningkatkan kreatifitas pelaku UMKM.

Dari aspek sosial budaya, bentuk pembinaan yang dapat dilakukan adalah melalui kegiatan pelatihan *spiritual enterprenuer* dengan melakukan kegiatan sharing usaha. Manfaatnya adalah melalui upaya

pemberdayaan, dan transfer daya yang diberikan akan sukses, sehingga timbul perkembangan terhadap kualitas diri para mitra binaan yang ditunjukkan dengan meningkatnya rasa percaya diri maupun ambisi dan kesadaran untuk sukses. Dalam hal ini pelaku UMKM sadar bahwa produknya harus berkualitas untuk bisa masuk ke Indomaret atau toko ritel modern lainnya dan pelaku UMKM semakin sadar untuk konsisten menjaga kualitas produknya dan terus berinovasi agar dapat memenuhi kebutuhan pasar. Begitu juga manfaat yang didapat Indomaret, dengan adanya produk UMKM dengan kualitas bagus, maka mereka tidak malu untuk memasarkan produk UMKM di toko ritel mereka.

Dari aspek teknologi, bentuk pembinaan yang dapat dilakukan adalah melalui *e-commerce*. Manfaatnya adalah meningkatnya pengetahuan teknologi mitra binaan dalam bidang pemasaran dengan memanfaatkan teknologi IT. Dari aspek manajemen, bentuk pembinaan yang dapat dilakukan adalah melalui pelatihan pembukuan. Manfaatnya adalah meningkatnya produktivitas dan mitra binaan memiliki kemampuan dalam hal manajemen pembukuan yang baik.

Upaya pembinaan ini bertujuan untuk meningkatkan perekonomian daerah dan bertambahnya peluang usaha. Manfaat yang didapat dari menerapkan *syirkah ta'awunyah* dalam bermitra sangat banyak. Terciptanya rasa tolong menolong, saling membantu dalam hal kebaikan, menjauhkan dari sifat egoisme, menumbuhkan saling percaya, menyadari kelemahan dan kekurangan dan menimbulkan keberkahan dalam usaha.

Jika dikaitkan dengan prinsip *syirkah ta'awunyah*, yakni kerjasama berbasis tolong menolong dan saling menguntungkan antara kedua belah pihak, peneliti menemukan bahwa kerjasama yang terjalin antara Indomaret dengan pelaku UMKM belum berjalan optimal sesuai dengan prinsip yang dipegang teguh dalam Islam.

Syirkah ta'awunyah ini juga merupakan tanggung jawab secara sosial, ketika manajemen suatu usaha memiliki visi atas kinerja operasional yang tidak hanya sekedar merealistiskan *profit* atau keuntungan, tapi juga suatu keharusan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Jadi setiap pihak yang bermitra usaha, tidak hanya dilakukan hanya sekedar belas kasihan oleh yang kuat terhadap yang lemah, tetapi kemitraan seyogyanya terjalin kinerja karena kehendak bisnis yang dibarengi dengan rasa tanggung jawab sosial yang kuat. Maka dari itu, dengan berprinsip pada *syirkah ta'awunyah* ini, kedua pihak, yakni Indomaret dan pelaku UMKM akan sama-sama menyadari aspek pentingnya melakukan kerjasama berbasis tolong menolong yaitu saling mendapatkan dan memberikan manfaat serta saling menguntungkan sehingga mencapai tujuan yang lebih optimal.

Prinsip saling menguntungkan dalam sebuah kemitraan tidak semata-mata soal materi tetapi juga non materi. Saling menguntungkan hal dalam hal ini adalah dilihat dari sinergi dalam mencapai tujuan bersama. Dalam industri atau perusahaan mendapatkan manfaat dari adanya kemitraan yang dibangun, dalam hal ini Indomaret dan pelaku UMKM. Kedua belah pihak

memperoleh manfaat dan memiliki tujuan bersama yang ingin dicapai. Dengan begitu, maka harapan untuk terciptanya peluang bisnis yang lebih besar ini akan lebih mudah tercapai, khususnya terkait peluang bisnis produk UMKM di Indomaret *Hybrid* Kota Palangka Raya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya sudah memenuhi kriteria sehingga dapat dipromosikan di Indomaret. Kriteria utama dari suatu produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dapat dipromosikan/dimasukkan ke dalam Indomaret adalah produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus terdaftar di dinas terkait, memiliki izin PIRT (Perijinan Industri Rumah Tangga), IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil), dan sertifikat halal MUI. Selain itu kriteria lainnya yang juga wajib diperhatikan oleh supplier adalah dari segi kemasan, yakni harus rapi, aman, higienes, tercantum tanggal kadaluarsa, dan mempunyai harga yang terjangkau. Dengan memenuhi semua kriteria tersebut maka produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dijual di Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya.
2. Kendala suatu produk untuk bisa masuk ke Indomaret Kota Palangka Raya adalah dari segi modal karena biaya operasional seperti mengurus perizinan, pelabelan, dan kemasan yang tentunya membutuhkan dana, dari segi kriteria produk yang cukup rumit karena harus berstandar toko ritel modern, prosedur pengajuan produk yang cukup panjang dan cenderung rumit karena produk yang diajukan tidak bisa langsung dijual di Indomaret terdekat tetapi produk harus melewati proses yang cukup panjang, produk

diajukan ke perusahaan cabang yang ada di Banjarmasin, kemudian perusahaan pusat yang ada di Jakarta, baru setelah melalui beberapa tahap dan dikatakan lolos, produk bisa dijual di Indomaret Kota Palangka Raya, serta supplier atau pelaku UMKM masih ada yang belum mengetahui cara produksi yang baik dan benar dan sistem marketingnya. Pada dasarnya kendala-kendala yang dirasakan oleh supplier produk UMKM merupakan tantangan yang harus diselesaikan. Kendala-kendala tersebut harus dievaluasi dan diperbaiki sehingga ke depannya UMKM dapat lebih mudah untuk memasukkan produk mereka ke Indomaret. Agar dapat meningkatkan perekonomian kota Palangka Raya sehingga terwujudnya kesejahteraan masyarakat.

3. Peluang masuk produk UMKM ke Indomaret kota Palangka Raya dapat dikatakan masih kecil dikarenakan kemitraan yang terjalin antara Indomaret dan UMKM di kota Palangka Raya belum terimplementasikan dengan baik, karena kurangnya komitmen, pengawasan yang masih minim, kurang optimalnya pembinaan dari Indomaret dan tidak semua produk UMKM yang masuk dapat diterima dan lolos di Indomaret.

B. Saran

1. Bagi pelaku produk UMKM di Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya, disarankan agar tetap konsisten menjaga kualitas produknya dan terus berinovasi agar dapat memenuhi kebutuhan pasar dan bagi calon pelaku UMKM yang ingin memasukkan produknya ke Indomaret disarankan

untuk lebih mengupdate produk nya agar sesuai dengan standar toko modern sehingga mudah masuk ke toko ritel modern.

2. Bagi pihak Indomaret *Hybrid* kota Palangka Raya, untuk mengoptimalkan program kemitraan ini, maka perlu adanya pembinaan yang lebih optimal lagi kepada pelaku UMKM kota Palangka Raya berbasis prinsip *ta'awunyah* (tolong menolong). Selain itu juga perlu adanya keringanan dalam prosedur dan persyaratan produk UMKM agar produk UMKM mudah masuk ke Indomaret dan Indomaret tidak membatasi jumlah produk UMKM yang masuk agar semua produk UMKM dapat dipasarkan di Indomaret.

3. Bagi peneliti selanjutnya yang berminat mengadakan penelitian dengan topik atau tema yang sama, disarankan untuk melakukan kajian menggunakan metode yang berbeda dari penelitian ini dan menggunakan variabel yang lebih banyak lagi dibandingkan penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afifudin, Saebani, Beni Ahmad, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia
- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2010
- Ambar Teguh Sulistyani, *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*, Yogyakarta: Gavamedia, 2004
- Anrikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung, Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Quran, 2014
- Fauzan Zakaria, *Pola Kemitraan Agribisnis*, Gorontalo: Ideas Publishing, 2015
- Herdi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015
- Kuswano Widya, *Fenomenologi: Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: Padjadjaran, 2009
- Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2015
- Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo, cet ke-3, 2019
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, Cet. Ke-2, 2013
- Muhammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1999.
- Qamarul Huda, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Teras, Cet. 1, 2011

Ramelan, Rahardi, *Kemitraan Pemerintah-Swasta Dalam Pembangunan Infrastruktur di Indonesia*, Jakarta: Koperasi Jasa Profesi LPPN/NDES, 1997.

Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014

Sumarto, Hitefah Sj, *Inovasi Partisipasi, dan Good Governance*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2009

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*, Bandung: Afabeta, 2018

S Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010

Widodo, *Metodologi Penelitian*, Depok: PT Raja Grafindo, 2018

Karya Ilmiah

Abdul Qadir, *Konsep Pembelajaran Kontekstual di Sekolah*, *Dinamika Ilmu*, Vol. 113, No. 3, Desember 2013.

Ade Syafitri, *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia, Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*, Depok: Universitas Indonesia. 2012

Ade Mulyadi Rohmat, dkk, “*Pola Kemitraan Klaster Bawang Merah*”, *The Partnership Of Shallots Cluster*, Vol. 4, No. 1, 2016

Adi Mulyadi Rohmat, “*Pola Kemitraan Klaster Bawang Merah: Suatu Kasus Pada Petani Klaster Bawang Merah di Desa Kulur Kabupaten Majalengka*”, *Jurnal: Ilmu-Ilmu Pertanian dan Peternakan*, Vol. 4, No. 1, 2016.

Ahmad Dakhoir, *Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern*, *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, ISSN: 1829-8257; ISSN: 2540-8232, Vol. 14 No. 01, 2018.

Anggih Wahid Hidayat, *Pembinaan UMKM Surakarta oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta*, Skripsi, Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2013.

Beni Rinaldi, *Implementasi Kebijakan Pengembangan UMKM oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Mikro Kota TanjungPinang*, Skripsi, 2018

Cici Tria Fauziah Ritonga, *Analisis Penerapan Akuntansi Penjualan Konsinyasi pada PT. Surya Putra Sumatra (SPS) II Pasir Pengaraian*, Universitas Pengaraian, 2016

Fitri Ismail. Soni Akhmad. Dkk, “*Pemberdayaan Masyarakat Program Kemitraan Pt. Telekomunikasi Indonesia (Tbk)*”, Jurnal Prosiding KS: Riset dan Pkm, Vol. 3, No.1

Chika Fia Rahmawati, *Konseptual dan Operasional*, Academia.edu.

Gusti Muhammad Ferry Firdaus, “*Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Oleh Hypermat Berbasis Program Kemitraan Kota Palangka Raya*”, Skripsi, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2018

Helen Malinda, “*Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam*”, Skripsi, Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2017

Humaeroh, *Eksistensi Syirkah Ta’awuniyah dalam Perspektif Hukum Islam*, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 9 No.2 Juli-Desember 2017

Nana Rukmana, *Strategic Partnering For Education Management-Model Manajemen Berbasis Kemitraan*, Bandung: Alfabeta, 2006.

Ninuk Purmaningsih, *Strategi Kemitraan Agribisnis Berkelanjutan*, *Jurnal Tradisiplin Sosiologi, Komunikasi dan Ekologi Manusia*, ISSN: 1978-4333, Vol 1, No. 03, 2007.

Nurfaika, *Pola Kemitraan Menurut Perspektif Islam Antara Petani Tebu dengan Pabrik Gula di Kabupaten Takalar*, Skripsi, Makassar, UIN Alauddin, 2019

Sentot Harman Glendoh, *Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil*, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 3 No. 1, Maret 2001

Internet

Indomaret.co.id, *Sejarah dan Visi* (Online 17 Desember 2020)

Diskopukm.kalteng.go.id, Data UMKM (Online 15 Mei 2021)

Kalteng.bps.o.id, *Jumlah Pemeluk Agama Menurut Kabupaten/ Kota di Provinsi Kalimantan Tengah Tahun 2016*, (Online 18 Februari 2021)

MaiMunch, *Tips Agar Produk Anda Diterima Masuk Ke Indomaret*, dikemas.com (Online 28 September 2020)

Media Center, Palangka Raya, *5 Gerai Indomaret Jajakan Produk UMKM Palangka Raya*, indomaret.co.id (Online 20 Juni 2020)

Mudjia Rahardjo, *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*, www.uin-malang.ac.id (Online 01 Oktober 2020)

Noor Wahyuni, *In-Dept Interview (Wawancara Mendalam)*, qmc.binus.ac.id (Online 29 September 2020)

