

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehadiran Minimarket di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat pada decade tahun ini. Perdagangan Eceran (Retail) merupakan kegiatan sector informal dibidang perdagangan yang sangat strategis di Indonesia. Besarnya kegiatan *retail* baik yang skala besar maupun yang skala kecil mulai mudah dijumpai disetiap penjuru kota, baik dikawasan tengah kota maupun pinggiran kota besar di Indonesia. Tingginya pertumbuhan penduduk diperkotaan menyebabkan berkurangnya lapangan pekerjaan dibidang formal. Hal inilah yang menyebabkan kegiatan sector informal untuk dijadikan sebagai alternative lahan mata pencaharian bagi masyarakat.¹

Pertumbuhan minimarket dikota kediri dan sekitarnya terbilang cukup pesat, dan dimungkinkan semakin lama akan semakin memberikan dampak buruk bagi pedagang grosiran pada umumnya. Hal ini berkaitan dengan *preferensi* masyarakat yang memiliki kemungkinan untuk cenderung beralih belanja di minimarket. Jarak anara toko usaha kecil dan lokasi minimarket yang berada dalam satu jangkauan pelayanan juga sangat berpengaruh pada *preferensi* masyarakat dalam menentukan tempat berbelanja.²

¹Rahmah Iryanti, *Pengembangan Sektor Informasi sebagai Alternatif Kesempatan KerjaProduktif* (Jakarta: UI Press, 2003) hal 16

²Melita Iffah, Fauzul Rizal Sutikno, Nindya Sari. “Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan” dalam *Jurnal Tata Kota dan Daerah Vol.3, No 1*.Juli, 2011, hal 55-56

Menjamurnya pertumbuhan minimarket hingga ke daerah-daerah merupakan bentuk dari kemajuan perekonomian Indonesia secara makro dan juga berdampak positif dalam mengurangi jumlah pengangguran dengan membuka banyak kesempatan kerja. Namun disisi lain, gairah ekonomi itu ternyata memicu keresahan dikalangan pelaku UKM khususnya pedagang eceran yang sekitaran lokasi³ usahanya terdapat minimarket.

Kehadiran minimarket secara tidak langsung menuntut pedagang eceran untuk dapat meningkatkan pelayanan serta membenahi fasilitas pada tokonya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hsl ini memungkinkan terdapatnya perubahan pada preferensi masyarakat untuk lebih memilih berbelanja di minimarket. Aspek preferensi konsumen , biasanya mencakup tiga aspek, aspek yang pertama, yaitu *human recourc*, terkait dengan pelayanan yang diberikan, aspek yang kedua, yaitu *merchandise*, mencakup jumlah produk yang tersedia, keanekaragaman produk, dan keanekaragaman merk yang dijual, dan aspek yang ketiga yaitu harga, terutama dalam kaitannya dengan harga yang murah.

Minimarket dalam peraturan perundang-undangan termasuk dalam pengertian “Toko Modern” . Peraturan mengenai Toko Modern diatur dalam perpres No. 112 Tahun 2007 tetang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (Perpres 112/2007). Pengertian toko modern menurut pasal 1 angka 5 Perpres 112/2007 adalah toko dengan system pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supernareket,

3

Departemen Store, Hypermart ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Setiap toko modern wajib memperhitungkan kondisi social ekonomi masyarakat sekitar serta jarak antara toko modern dengan pasar tradisional yang telah ada (Pasal 4 ayat (1) Perpres 112/2007).

Mengenai jarak antar minimarket dengan pasar tradisional yang saling berdekatan, hal tersebut berkaitan dengan perizinan pendirian toko modern (minimarket).⁴ Bisnis retail Moden (Minimarket) berkembang pesat di kota kediri. Namunsayang banyak yang tidak memiliki Surat Izin Mendirikan Bangunan (SIMB) komersil maupun SIMB hunian.

Seperti terdapat pada Peraturan Daerah Kabupaten Asahan Nomor :21 tahun 2008, tentang Retribusi Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Tujuan penggunaan SIUP disini adalah agar dunia usaha untuk dunia bisnis menjadi legal dan kuat secara hukum, memberikan kepastian dan kemudahan berusaha, mencegah praktek usaha yang tidak jujur, menciptakan iklim usaha yang sehat, sebagai sarana untuk melakukan pembinaan, perlindungan, pengawasan dan pengembangan sector perdagangan.⁵

Usaha kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki usaha bersih paling banyak Rp.200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Menurut

⁴Ilman Hadi, Ketentuan tentang Jarak Minimarket dari Pasar Tradisional, www.hukumonline.com. Diakses pada tanggal 28 september 2019

⁵Peraturan Daerah Kabupaten Kediri tahun 2008, ditjenpp.kemenkeuham.go.id. diakses pada tanggal 28 september tahun 2019.

keputusan Presiden RI No.99 Tahun 1998 pengertian usaha kecil adalah “ Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan perlu dilindungi untuk mencengah dari persaingan usaha yang tidak sehat.”⁶

Ada banyak jenis usaha yang digolongkan sebagai usaha kecil dan menengah, salah satunya adalah pedagang eceran. Pedagang eceran ini sudah lama ada dan berkembang di Indonesia, usaha ini juga banyak dijumpai baik dari daerah perkotaan hingga daerah pedesaan yang umumnya teletak didekat pemukiman penduduk adar memudahkan masyarakat untuk membeli. Pedagang eceran biasa menjual kebutuhan sehari-hari masyarakat mulai dari kebutuhan pokok, makanan kemasan, peralatan mandi hinga obat-obatan.

Pedagang eceran merupakan salah satu jenis usaha yang strategis di Indonesia. Sebagaimana diketahui dalam perdagangan manapun pasti dapat ditemukan persaingan di dalamnya, tidak terkecuali pada usaha kecil dan menengah ini. Adapun yang menjadi pesaing pedagang eceran ini adalah kehadiran minimarket modern disekitaran lokasi usaha kecil dan menengah tersebut.

Kepadatan penduduk yang semakin lama semakin meningkat mengakibatkan kebutuhan sehari-hari menjadi factor yang penting. Hal tersebut membuat para investor terus mengembangkan usahanya khususnya dalam bidang penyedia kebutuhan sehari-hari yang bersifat modern seperti minimarket bahkan supermarket. Melihat hal tersebut, eksistensi toko eceran yang berdiri sendiri dan berbasis ekonomi kerakyatan akan mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan munculnya pasar modern

⁶Keppres no. 99 tahun 1998, www.hukumonline.com. Di akses pada tanggal 28 september 2019

yang dinilai cukup potensial oleh para pembisnis retail. Retail modern yang sering mengalami pertumbuhan cukup pesat saat ini adalah *minimarket* dengan konsep waralaba atau *franchise*.

Toko-toko modern hampir dapat ditemui disetiap wilayah wilayah daerah tertentu dan bahkan saling berhimpitan antar perusahaan yang membelakanginya. Contohnya adalah gerai Alfamart, gerai Indomart, dan juga yang dekat dengan kecamatan Pare yaitu Swalayan TOP dan juga Swalayan Super Top. Melihat keadaan pertumbuhan toko modern yang dikuasai oleh sebuah perusahaan tertentu jelas menimbulkan efek atau dampak bagi pengusaha-pengusaha local di daerah yang dijamuri oleh toko modern tersebut dalam hal ini yang akan terkena dampak langsung dari pertumbuhan gerai gerai dan swalayan tersebut adalah pengusaha toko eceran (toko kelontong)⁷

Memang tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan minimarket modern sekarang ini menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup yang berkembang di masyarakat kita, tidak hanya dikota metropolitan saja tetapi sudah merambah ke kota-kota kecil ditanah air. Sangat mudah saat ini menjumpai minimarket di sekitar tempat tinggal kita, tempat tersebut menjanjikan tempat yang nyaman dengan harga yang relative tidak jauh berbeda dengan yang dijual oleh pedagang eceran, namun yang demikian ini ternyata membuat usaha kecil menengah terancam keberadaannya.

⁷Reza Haditya Raharjo, “Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Dan Sekitarnya” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2015), hal 4

Dalam suasana persaingan yang semakin kompetitif, keberadaan usaha mikro kecil dituntut untuk tetap dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya karena dianggap cukup representatif dalam memberdayakan ekonomi masyarakat. Dalam konteks ini, langkah kerjasama dalam bentuk kemitraan usaha merupakan suatu strategi untuk dapat mengembangkan usaha mikro kecil dan secara moral kerjasama ini sangat diperlukan adanya dukung yang maksimal dari pihak pengusaha besar melalui paket pembinaan. Namun harus diakui bahwa usaha mikro kecil tidak terlepas dari tantangan dan hambatan baik dari segi permodalan, sumber daya manusia, manajemen, minimnya penguasaan teknologi informasi, ilmu berusaha serta di segi distribusi pemasaran produk yang dihasilkan. Pilihan alternatif pemberdayaan pada usaha mikro kecil adalah melalui konsep mekanisme kerjasama atau keterkaitan dengan perusahaan besar dalam bentuk pola kemitraan usaha.⁸

Sampoerna Retail Community (SRC) adalah toko kelontong masa kini yang tergabung dalam program kemitraan sampoerna yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing para pemilik toko kelontong melalui pendampingan usaha yang berkelanjutan.⁹ Pada awal berdirinya Sampoerna Retail Community (SRC) pada tahun 2008 sudah ada 57 toko yang menjadi mitra SRC. Dan pada tahun 2018 tercatat mitra SRC Sampoerna sudah sebanyak 100.000 toko. Dimana mitra tersebut sudah tersebar di seluruh Indonesia, termasuk di kabupaten Kediri, adapun syarat-syarat menjadi mitra SRC yaitu

⁸<https://www.hestanto.web.id/teori-pola-kemitraan-menurut-para-ahli/> , diakses pada tanggal 5 oktober 2019, pukul 21.07

⁹Src.id, diakses pada tanggal 5 oktober 2019, pukul 21.20

1. Mempunyai toko / outlet sendiri.
2. Mempunyai keinginan untuk maju atau mengembangkan outlet dan bisnisnya.
3. Pastikan outlet / toko sudah teregistrasi oleh pihak HM Sampoerna
4. Mengajukan diri untuk menjadi anggota SRC ke pihak HM Sampoerna (sales yang berkunjung ke Outlite)
5. Apabila pengajuan sudah disetujui, maka segera kerjakan 4P atau dalam dunia bisnis lebih dikenal dengan Parameter 4P yaitu: Penampilan, Perlengkapan, Pengelolaan, dan Pengembangan Bisnis¹⁰

Di Kabupaten Kediri khususnya di kecamatan Pare, banyak sekali masyarakat yang berwirausaha dengan membuka usaha warung kelontong. Dan berikut toko kelontong di kecamatan pare yang sudah bekerjasama dengan SRC :

Tabel 1.1

Toko Kelontong SRC di beberapa Desa.

	Desa Tulungrejo	Desa Tawang	Desa Pelem
1.	SRC Bastian Cell	SRC Pak Basrowi	SRC Bu Rini
2.	SRC Anis Faul N.	SRC Siti Khoiriyah	SRC Andi Ardiansyah
3.	SRC Aura Cell	SRC Toko S'mart	SRC Lima Lima
4.	SRC Zen Cell	SRC Semeru	SRC Bu Siti
5.	SRC Bariana		SRC Sumber Usaha
6.	SRC Wuryatik		SRC Bu Srikih
7.	SRC Warung Ketan		SRC Putra Tunggal
8.	SRC Toko Dahlia		SRC Jaya Mart
9.	SRC ONE SHOP		

¹⁰Srcsampoerna.blogspot.com/p/syarat-src.html?m=1, diakses pada tanggal 13 januari 2020, pukul 11.35

10.	SRC Anyelir		
11.	SRC Rina Rahmawati		
12.	SRC Yuhan		
13.	SRC Barokah Jaya		
14.	SRC Mas'ud		
15.	SRC Merdeka		
16.	SRC Rudi		

Sumber : ayo.src.co.id

Dari perbandingan tabel diatas dapat dilihat bahwasanya di Desa Tulungrejo terdapat 16 toko yang sudah bekerja sama dengan SRC, selanjutnya didesa Tawang terdapat 4 toko yang sudah bekerja sama dengan SRC, dan yang terakhir didesa pelem yang terdapat 8 toko kelontong yang sudah bekerja sama dengan SRC, Dikarenakan desa Tulungrejo ini adalah desa yang paling banyak terdapat toko SRC diantara desa yang lain, sehingga penueliti menjadikan desa tulungrejo sebagai objek penelitian. Selain itu desa Tulungrejo memiliki tempat strategis, Desa Tulungrejo merupakan pusat perkotaan yang sering didatangi oleh para pendatang dari wilayah lain, terutama diwilayah kampong inggris pare. Dan kebanyakan warung kelontong yang ada sudah bekerja sama dengan Sampoerna Retail Community (SRC).

Sampoerna Retail Community (SRC) bukanlah minimarket, tetapi toko kelontong yang kepemilikannya sepenuhnya oleh pemilik toko, nama dibelakang brand yang tercantum merupakan nama pemiliknya. Demikian juga yang di seluruh toko yang tergabung dalam jaringan SRC bukanlah milik Sampoerna, tetapi dimiliki oleh warga yang berbeda beda / perorangan. Peran kemitraan yang diberikan oleh SRC adalah berupa bimbingan berupa bimbingan pemasaran, pengelolaan keuangan,

penampilan fisik toko supaya menarik, dan masih banyak lagi. Toko kelontong SRC dan Toko Kelontong biasa memiliki beberapa perbedaan yaitu sebagai berikut.

Tabel 1.2

Perbedaan Toko SRC dengan Toko Biasa

	Toko Kelontong SRC	Toko Kelontong Biasa
Layanan Konsumen	Pada toko SRC, Pembeli lebih leluasa dalam memilih/mengambil sendiri produk yang mereka inginkan.	Pada toko Biasa, Pembeli tidak bisa mengambil sendiri produk yang mereka inginkan.
Peletakan Barang	Peletakan Barang pada toko SRC sangat terstruktur dan tertata rapi dirak-rak yang sudah tersedia.	Peletakan barang pada toko kelontong biasa, tidak terstruktur, hanya penjual yang tau.
Penampilan fisik	Penampilan fisik toko SRC lebih menarik, selain bersih, cat dinding yang identic dengan merah putih sangat mencolok dan menarik pelanggan.	Penampilan fisik toko kelontong biasa, cenderung redup.
Promo Toko	Di toko SRC terkadang terdapat promo potongan harga. Dan biasanya promo ini bisa dilihat di aplikasi “Ayo SRC”	Tidak pernah ada potongan harga.

Sumber : src.id

SRC tidak hanya mengembangkan bisnis toko saja, namun mereka mendorong pemilik toko untuk bersifat produktif. Jadi selain toko, mereka juga dianjurkan membuka bisnis sampingan lain yang letaknya berdekatan dengan toko, misalnya mini SPBU, kedai Juice, dan atau kedai kopi. Beberapa waktu lalu peneliti melakukan observasi kepada beberapa pemilik toko yang sudah bekerja sama dengan SRC, yakni Bapak Luki pemilik toko SRC Yuhan, beliau mengatakan bahwa setelah bergabung dengan SRC pendapatannya meningkat sebanyak 250% dari saat sebelum beliau bergabung bersama SRC, sebelum mengenal SRC toko kelontong yang dikelola pak luki sangat kecil dan barang yang tersedia juga tidak terlalu lengkap, pendapatan bersih perbulan Rp. 450.000 kini pendapatan pak luki setelah bergabung dengan SRC sudah mencapai Rp.1.125.000-Rp.1300.000 per bulan. Kemudian bapak Eko pemilik toko SRC Aura Cell Beliau juga mengatakan bahwasanya setelah bergabung dengan SRC pendapatannya meningkat sebanyak 400% dari pendapatan awal sebelum bergabung SRC sebesar Rp. 1000.000-1.500.000 kini setelah menjadi Mitra SRC pendapatan tiap bulannya mencapai Rp. 4000.000 . Selanjutnya dari Bapak Zen pemilik toko SRC Zen Cell beliau merupakan pemilik toko SRC terbesar saat ini di desa Tulungrejo, sebelum menjadi mitra SRC pak zen ini merupakan pemilik warung internet (warnet) kemudian beliau berinovasi merubah warnetnya menjadi toko kelontong SRC dan pendapatannya sudah meningkat drastic hingga puluhan juta perbulannya, selain toko yang sangat besar dan barang-barang yang dijual lengkap, pak zen juga memiliki 12 karyawan. Dapat kita lihat dari beberapa

orang tersebut bahwasanya setelah mereka bergabung menjadi mitra SRC pendapatan mereka meningkat.

Pada awal bergabung dengan SRC terdapat hal hal yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, yakni contohnya peletakan rokok, penempelan barcode pojok bayar, pertemuan rutin mitra setiap sebulan sekali. Namun masih banyak ditemui mitra toko SRC yang belum menempel barcode pojok bayar, ada juga yang tidak pernah mengikuti pertemuan yang diselenggarakan oleh pihak SRC. Hal tersebut berbalik dengan kesepakatan awal. Dan sesuatu yang menyeleweng dari akad/ kesepakatan di awal merupakan hal yang tidak sesuai dengan Syari'ah.

Dari latar belakang tersebut, untuk mengetahui Kemitraan SRC dalam prespektif Syari'ah yang berada di desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri, penulis tertarik meneliti lebih lanjut objek tersebut secara rinci yaitu dengan judul **“Kemitraan Sampoerna Retail Community (SRC) dalam Prespektif Syari'ah (Studi Kasus Toko Kelontong SRC di Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri)”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Penerapan Kemitraan di Toko SRC Desa Toeloengrejo Kec Pare?
2. Bagaimana Penerapan Kemitraan di Toko SRC Desa Toeloengrejo Kec Pare dalam Prespektif Syari'ah?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan pastilah memiliki tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti. Studi tentang Kemitraan SRC dalam Prespekif Syari'ah di Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bentuk kemitraan SRC Sampoerna dengan toko kelontong di Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui kemitraan SRC Sampoerna dalam Prespektif Syari'ah di Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam melakukan penelitian hendaknya peneliti memberikan dua jenis kegunaan penelitian, yaitu kegunaan secara teoritis dan praktis. Kegunaan dilakukannya penelitian tentang Kemitraan SRC dalam prespektif Syari'ah di Desa Tulungrejo kecamatan Pare Kabupaten Kediri ini adalah:

1. Secara Teoritis.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi landasan dalam media pembelajaran atau penerapan media pembelajaran secara lebih lanjut. Dan juga sebagai sebuah nilai pengetahuan ilmiah dalam bidang pendidikan khususnya yang berhubungan mengenai kemitraan SRC dalam prespektif Syari'ah. Selain itu, juga dapat menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengantisipasi dampak keberadaan

pasar modern yang semakin pesat dan menjadi bahan pertimbangan untuk mengembangkan pedagang eceran/grosir.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi bahan masukan bagi masyarakat secara umum dan tentunya dapat menambah wawasan bagi penulis juga diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran.

E. Telaah Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa tinjauan pustaka berupa penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti lain jauh sebelum penelitian ini dilakukan sehingga dapat dipergunakan sebagai acuan dan sumber informasi sekunder penunjang keberhasilan penelitian dengan syarat hanya menggunakan penelitian terdahulu peneliti dapat mengetahui dengan pasti apa yang akan diteliti, dimana atau kepada siapa informasi dapat diperoleh, mengetahui bagaimana cara memperoleh data atau informasi, sebagai acuan untuk menentukan cara yang tepat untuk menganalisis data, dan mengetahui bagaimana harus mengambil kesimpulan serta memanfaatkan hasil. Penelitian terdahulu dapat ditemui dalam berbagai bentuk, diantaranya adalah artikel, miniriset, makalah, skripsi, jurnal, dll. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan ini

Skripsi yang ditulis oleh Tria Wulandari dengan judul “Peran Kelompok Tani Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Kakao Di Kabupaten Lampung Timur Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini menjelaskan peran kelompok tani yang sudah memiliki wawasan yang luas sehingga memberikan modal berupa peminjaman sawah yang subur kepada petani kakao supaya pendapatan petani kakao semakin meningkat dari sebelumnya karena adanya lahan penanaman yang semakin luas.¹¹

Skripsi yang ditulis oleh Wawan Supriyanto dengan judul “Peran Program Sentra Ternak Mandiri Lazis Harapan Ummat Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Muslim Nganjuk”. Penelitian ini menjelaskan tentang program sentra ternak yang dilakukan oleh mandiri lazis harapan ummat untuk meningkatkan pendapatan masyarakat muslim dengan cara yaitu melalui adanya program usaha peternakan sesuai dengan prosedur dan tata cara sistem peternakan.¹²

Skripsi yang ditulis oleh Azzam Asfiansyah Haakam dengan judul “Peran Kelompok Tani terhadap Usaha Peningkatan Pendapatan Anggota Melalui Program Kemitraan Usahatani studi kasus Kelompok Tani “Sri Mulyo” Kecamatan Sukun, Kota Malang” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja peran kelompok tani dalam meningkatkan pendapatan anggota melalui program kemitraan Usahatani

¹¹ Skripsi Tria Wulandari dengan judul “*Peran Kelompok Tani Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Kakao Di Kabupaten Lampung Timur Menurut Perspektif Ekonomi Islam*”, Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung 2011

¹² Skripsi Wawan Supriyanto dengan judul “*Peran Program Sentra Ternak Mandiri Lazis Harapan Ummat Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Muslim Nganjuk*” Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Kediri 2010

dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan anggota kemitraan usahatani.¹³

Skripsi yang ditulis oleh Ikbal dengan judul “Peranan Kelompok Tani dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Padi Sawah di Desa Marhamulya Kecamatan Bungku Barat Kabupaten Morowali”.¹⁴ Peranan utama kelompok tani dipandang sebagai proses membantu petani untuk mengambil keputusan sendiri dengan cara menambah pilihan bagi mereka, dan menolong petani mengembangkan wawasan mengenai konsekuensi dari masing-masing pilihan tersebut.

Kemudian, Skripsi yang ditulis oleh Rahmi dengan judul “Peranan Kemitraan terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Kopi Studi Kasus Koperasi Baitul Qirodh (KBQ) Baburrayan dengan Petani Kopi di Kecamatan Pegasing Kabupaten Aceh Tengah”.¹⁵ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana upaya petani dalam budidaya usahatani kopi dan menganalisis pola kemitraan antara koperasi baitul qirodh (kbq) baburrayan dengan petani mitra dalam meningkatkan pendapatan petani kopi.

Penelitian-penelitian yang tercantum di atas dengan penelitian yang dilakukan penulis memiliki aspek kesamaan yaitu mengkaji mengenai peningkatan pendapatan masyarakat. Adapun perbedaannya dengan penelitian sebelumnya yaitu

¹³ Repository.radenintan.ac.id, diakses pada tanggal 3 januari 2020 pukul 19.25

¹⁴ Mohamad Ikbal, “Peran Kelompok Tani dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Padi Sawah di desa Margamulya Kecamatan Bungku Barat Kabupaten Marowali”. E-j Agrotekbis Vol 2 no.5, diakses pada tanggal 4 juni 2020

¹⁵ Skripsi Rahmi dengan judul “Peranan Kemitraan Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Kopi Studi Kasus Koperasi Baitul Qirodh (KBQ) Baburrayan dengan Petani Kopi di Kecamatan Pegasing Kabupaten Aceh Tengah” Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala, 2017.

dalam peningkatan pendapatan masyarakat memiliki cara yang berbeda dalam peminjaman bentuk modalnya, disini pihak SRC tidak memberikan pinjaman modal dalam bentuk apapun, jadi hanya melakukan binaan / pelatihan bersama komunitas toko kelontong lainnya yang sudah bergabung dengan SRC secara berkelanjutan, kemudian dikaji kedalam kerjasama menurut prespektif syari'ah.