

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pedagang

a. Definisi pedagang

Dalam Peraturan Daerah No 5 Tahun 2011 pedagang diartikan sebagai orang atau badan yang melakukan kegiatan penjualan barang atau jasa di dalam pasar daerah dan/atau di pelataran pasar daerah dengan mengambil tempat berdagang di lokasi tertentu yang telah ditetapkan (Nikmah,2015). Pedagang pasar tradisional dibedakan menjadi dua, yaitu pedagang kios dan pedagang nonkios. Pedagang kios adalah pedagang yang menempati bangunan kios di pasar, sedangkan pedagang nonkios adalah pedagang yang menempati tempat berjualan selain kios, yaitu menempati los.

Dalam aktivitas perdagangan, disebutkan bahwa pedagang adalah orang atau instansi yang memperjualbelikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dalam segi pandang ekonomi, pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan dan dapat dibedakan menjadi : pedagang distributor (tunggal), pedagang partai besar, dan pedagang eceran.

Sedangkan menurut pandangan sosiologi ekonomi Drs. Damsar, MA membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya

dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, pedagang dapat dikelompokkan menjadi :

1) Pedagang profesional.

Pedagang profesional adalah pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangan merupakan pendapatan/sumber atas dana satu-satunya bagi ekonomi keluarga.

2) Pedagang semi-profesional.

Pedagang semi-profesional yaitu pedagang yang melakukan kegiatan perdagangan untuk memperoleh uang tapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.

3) Pedagang subsitensi.

Pedagang subsitensi yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil kegiatan atas subsitensi untuk memenuhi ekonomi keluarga. Pada daerah pertanian, pedagang ini adalah seorang petani yang biasa memperjual belikan produk pertaniannya ke pasar desa maupun kecamatan.

4) Pedagang semu.

Pedagang semu yaitu pedagang yang melakukan aktivitas perdagangan karena di dasari dari hobi atau hanya untuk mendapatkan suasana baru atau untuk mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak di harapkan kegiatan perdagangan sebagai

salah satu sarana untuk memperoleh pendapatan, justru bisa saja sebaliknya ia akan mendapatkan kerugian dalam berdagang.

b. Perilaku pedagang.

Perilaku pedagang di pasar tradisional menurut (Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No 23/MPP/KEP/I/1998) yaitu:

- 1) Jumlah pedagang yang saling meningkat Jumlah pedagang yang ingin berjualan di pasar tradisional dapat di lihat dari waktu ke waktu cenderung mengalami peningkatan. Hal ini berdampak pada kebutuhan tempat yang juga semakin meningkat. Jika saja tempat tidak tersedia, maka bisa saja akan terjadi pemaksaan dan mengabaikan tata ruang pasar.
- 2) Kesadaran yang rendah terhadap kedisiplinan, keberhasilan, dan ketertiban. Para pedagang yang kebanyakan besar berpendidikan rendah, masih sangat kurang memiliki kesadaran yang tinggi tentang perlunya suatu kedisiplinan, kebersihan, dan ketertiban. Kondisi ini dibiarkan oleh para pengelola pasar tanpa ada keinginan untuk melakukan proses edukasi ataupun pelatihan.
- 3) Pemahaman yang rendah terhadap konsumen yang selalu berubah-ubah, tetapi para produsen dan pedagang tidak bisa mengikutinya karena terbatasnya akan pengetahuan serta informasi. Mereka pada umumnya berkembang secara alamiah tanpa ada persiapan untuk memasuki era persaingan.

Masalah yang bisa dihadapi oleh pedagang di pasar tradisional adalah kekurangan sumber modal dan ditambah dengan inflasi yang tidak menentu.

c. Ciri-ciri pedagang tradisional.

- 1) Modal yang mereka punya relatif kecil. Para pedagang kebanyakan besar tidak mempunyai keberanian mendatangi bank umum untuk meminjam modal, karena rumitnya prosedur serta persyaratan yang sulit untuk dipenuhi. Apalagi kebanyakan dari mereka buta huruf dan juga tidak memiliki asset untuk sebagai jaminan. Akhirnya jalan alternatif yang di ambil yaitu menggunakan jasa rentenir, yang dimana setiap saat mampu memberikan pinjaman modal dengan cepat, tanpa membutuhkan waktu yang lama serta dengan proses yang mudah.
- 2) Biasanya mereka melakukan perdagangan hanya memenuhi kebutuhan saat itu. Maksudnya para pedagang kebanyakan besar kurang memikirkan untuk tabungan masa depan. Pendapatan yang mereka dapatkan langsung mereka oprasikan kembali untuk membeli barang dagangan, beli keperluan sehari-hari dan untuk membayar cicilan hutang.
- 3) Pendidikan para pedagang relatif rendah bahkan banyak juga yang buta huruf sehingga mereka kurang melihat prospek masa yang akan datang. Bagi mereka perdagangan yang mereka lakukan selama telah memenuhi kebutuhan sudah cukup. Lebih cenderung memilih melakukan pinjaman kepada rentenir karena prosesnya mudah.

2. Rentenir

a. Definisi rentenir

Rentenir dapat diartikan sebagai orang yang meminjamkan uang kepada nasabahnya dalam rangka memperoleh profit melalui penarikan bunga.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) rentenir adalah orang yang memberikan nafkah dan membungakan uang/tukar riba/Pelepas uang/lintah darat (KBBI, 1990).

Satu hal yang perlu di ingat adalah bahwa rentenir bisa dikatakan sebagai agen kapitalis yang seluruh kegiatannya untuk mencari keuntungan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa rentenir memiliki dua sisi, yaitu rentenir sebagai “lintah darat” di satu sisi karena mengambil bunga yang sangat tinggi, akan tetapi sekaligus sebagai “agen perkembangan” pada sisi yang lain karena menopang dinamika perdagangan dan mencukupi kebutuhan modal masyarakat.

Jadi rentenir adalah agen sumber daya yang sangat dibutuhkan bagi para pedagang untuk mendukung kegiatannya baik secara langsung ataupun tidak langsung. Secara langsung kredit dari rentenir itu kegiatan produksi, sedangkan secara tidak langsung kredit itu digunakan untuk konsumsi baik yang wajar hingga yang konsumtif (Nugroho, 2001).

b. Dampak Positif dan negatif Rentenir :

Dampak-dampak positif dari rentenir:

- 1) Dalam keadaan mendesak, lembaga kredit bisa membantu krisis keuangan sementara.
- 2) Eksistensi lembaga keuangan informal dalam jangka waktu yang dekat dapat meningkatkan konsumsi dan prestasi masyarakat.
- 3) Membantu masyarakat dalam kegiatan produksi.

Dampak-dampak negatif dari rentenir :

- 1) Munculnya kelompok-kelompok kapitalisme.

Munculnya kelompok ekonomi berasal dari kejadian-kejadian sejarah, bahwa beberapa dari kegiatan perekonomian pertama-tama dimulai oleh mereka yang terlebih dulu memperoleh sukses.

- 2) Menyebabkan timbulnya *egoisme moral-spiritual*.

Maulana Mududi dalam bukunya Riba menjelaskan bahwa institusi bunga adalah sumber bahaya. Bunga akan menyusahkan masyarakat. Diantaranya yaitu, bunga mengakibatkan perasaan cinta kepada uang dan menimbulkan hasrat untuk mengumpulkan harta bagi kepentingan dirinya sendiri, tanpa menghiraukan peraturan dan peringatan dari Allah.

- 3) Menyebabkan timbulnya kepongahan sosial-budaya.

Dalam sosial institusi bunga menghancurkan semangat untuk berkhidmad kepada masyarakat. Orang akan tidak mau berbuat apapun itu kecuali yang memberi keuntungan untuk dirinya sendiri.

3. Usaha mikro

a. Definisi usaha mikro

Menurut Bank Indonesia, usaha mikro yaitu usaha yang di gerakan oleh rakyat miskin atau mendekati miskin dengan karakteristik: dimiliki oleh keluarga, menggunakan teknologi sederhana, memanfaatkan sumber daya local, serta lapangan usaha yang mudah dimasuki dan ditinggalkan.

Menurut (Keputusan Menteri Keuangan No. 40/KMK.06/2003 Tanggal 29 Januari 2003), usaha mikro yaitu usaha produktif yang dimiliki keluarga atau perorangan yang memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 100 juta per tahun, dan dapat mengajukan pinjaman kepada bank maksimal Rp 50 juta. Ciri-ciri Usaha Mikro, antara lain:

- 1) Tidak memiliki manajemen/catatan keuangan, walaupun yang sederhana, atau masih sedikit yang mampu membuat neraca usahanya.
- 2) Pengusaha atau SDM nya berpendidikan rata-rata sangat rendah, umumnya tingkat SD, dan belum mempunyai jiwa wirausaha yang memadai.
- 3) Pada umumnya belum atau bahkan tidak mengenal perbankan dan lebih mengenal rentenir atau tengkulak.
- 4) Pada umumnya tidak mempunyai izin usaha maupun persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
- 5) Umumnya jumlah karyawan atau tenaga kerja yang dimiliki kurang dari 4 orang.

Dilihat dari kepentingan perbankan, usaha mikro adalah suatu segmen pasar yang cukup potensial untuk dilayani dalam meningkatkan intermediasinya, karena usaha mikro memiliki ciri-ciri positif dan unik yang belum tentu dimiliki oleh usaha non mikro, antara lain: (Abdullah,2004).

- 1) Perputaran usaha umumnya cepat. Kemampuan menyerap dana yang cukup mahal dan dalam situasi krisis ekonomi, kegiatan usahanya tetap berjalan bahkan mampu berkembang, karena biaya manajemennya yang cukup rendah.
- 2) Umumnya pelaku usaha mikro cenderung tekun, sederhana, dan dapat menerima pengarahan asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat.

b. Peran Usaha Mikro dan Kecil (UMK).

Menurut Rudjito (2003) setidaknya ada 4 aspek utama yang bisa jadi alasan mengapa UMK memiliki peran strategis yaitu:

- 1) Aspek manajerial adalah mencakup peningkatan produktivitas, omzet, tingkat itilisasi, tingkat hunian, meningkatnya kemampuan pemasaran, dan pengembangan SDM.
- 2) Aspek permodalan adalah mencakup bantuan modal (penyisihan 1-5% profit BUMN dan kewajiban untuk menyalurkan pinjaman bagi usaha mikro minimum 20%) portofolio kredit bank dan kemudahan kredit.

- 3) pengembangan program kemitraan dengan usaha besar baik lewat system bapak-anak angkat, PIR keterkaitan hulu-hilir (forward linkage), keterkaitan hilir-hulu (backward linkage), modal ventura atau subkontrak.
- 4) Pengembangan sistem sentra industri kecil dalam suatu kawasan apakah berbentuk PIK (pemukiman industri kecil), LIK (lingkungan industri kecil) yang di suport UPT (unit pelayanan teknis) dan TPI (Tenaga Penyuluh Industri).
- 5) Pembinaan untuk bidang usaha dan daerah tertentu lewat KUB (kelompok usaha bersama), kopinkra (koperasi industri kecil dan kerajinan)

Menurut lestari (2007) untuk mencukupi kebutuhan permodalan tersebut, UMK setidaknya menghadapi empat masalah yaitu :

- 1) Rendahnya maupun terbatasnya akses UMK terhadap berbagai informasi, layanan, fasilitas keuangan yang disediakan oleh keuangan formal, baik bank, maupun non bank misalnya dana BUMN, ventura.
- 2) Prosedur dan persyaratan perbankan yang terlalu rumit sehingga pinjaman modal yang didapatkan tidak sesuai kebutuhan baik dalam segi jumlah maupun waktu, kebanyakan besar perbankan masih menempatkan agunan material sebagai salah satu persyaratan dan cenderung mengesampingkan kelayakan usaha.
- 3) Tingkat bunga yang diberikan masih cukup tinggi.

- 4) Masih kurangnya pembinaan dalam bidang manajemen keuangan, seperti perencanaan keuangan, penyusunan proposal dan lain sebagainya.

UU No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah dalam pasal menyatakan bahwa usaha mikro dan kecil memiliki tujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional yang berlandaskan demokrasi ekonomi yang adil.

Menurut Noer (2004) menerangkan bahwa usaha mikro dan kecil mempunyai peran yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi yang ditunjukkan dalam sejumlah indikator sebagai berikut :

- 1) Pada saat pertumbuhan ekonomi mencapai 4,8 % tahun 2000 dimana usaha besar (UB) belum bangkit, banyak ahli memprediksi hal tersebut kontribusi dari usaha mikro dan kecil selain dari sektor ekonomi.
- 2) Dari hasil survei pada tahun 1998 ketika awal krisis terhadap 225 ribu usaha mikro dan kecil diseluruh Indonesia menunjukkan bahwa 4 % saja usaha mikro dan kecil menghentikan usahanya 64 % tidak terjadi perubahan omzet, 31 % turun, dan justru 1 % berkembang.
- 3) Thenical Assistant ADB pada tahun 2001 juga melakukan survei terhadap 500 usaha mikro dan kecil di medan serta semarang yang memberikan hasil bahwa 78 % usaha mikro dan kecil mengatakan bahwa tidak terkena dampak dari krisis moneter.

c. Masalah yang dihadapi usaha mikro dan kecil (UMK).

Dalam perkembangan usaha mikro dan kecil di wilayah Indonesia tidak jauh dari berbagai macam masalah tingkat intensitas dari masalah-masalah tersebut tidak bisa dibedakan hanya menurut jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar wilayah atau lokasi, antar sentra, antar sektor atau subsector atau jenis kegiatan, dan antar unit usaha dalam aktivitas atau sektor yang sama (Tambunan, 2002). Adapun juga kendala yang sering dimiliki oleh usaha mikro dan kecil menurut tambunan (2002) :

1) Kesulitan pemasaran.

Pemasaran sering disebut sebagai salah satu masalah yang kritis bagi perkembangan usaha mikro dan kecil. Aspek-aspek yang berkaitan dengan kendala pemasaran yaitu tekanan-tekanan persaingan baik pasar domestic dari produk serupa buatan usaha besar dan impor maupun di pasar ekspor.

2) Keterbatasan financial.

Pada usaha mikro dan kecil khususnya di Indonesia mempunyai dua masalah utama dalam aspek financial yaitu mobilitas modal awal dan akses ke modal kerja. Financial dalam jangka Panjang untuk investasi yang sangat dibutuhkan demi bertumbuhnya output jangka Panjang.

3) Keterbatasan SDM.

Sumber Daya Manusia yang juga merupakan salah satu masalah utama bagi usaha mikro dan kecil di Indonesia, terutama

dalam aspek-aspek entrepreneurship, Teknik produksi, pengembangan produk, manajemen, engineering, quality control, design, organisasi bisnis, akuntansi, teknik pemasaran, data processing, dan penelitian dasar. Keterbatasan ini sangat menghambat usaha mikro dan kecil Indonesia untuk bisa berkompetitif di pasar domestic ataupun pasar internasional.

4) Masalah bahan baku.

Terbatasnya bahan baku serta input-input lainnya juga dianggap menjadi salah satu masalah serius bagi pertumbuhan output atau kelangsungan produksi bagi usaha mikro dan kecil yang ada di Indonesia. Terbatasnya bahan baku ini bisa dikarenakan harga baku yang masih sangat tinggi sehingga tidak terjangkau ataupun jumlahnya sangat terbatas.

5) Keterbatasan teknologi.

Usaha mikro dan kecil di Indonesia pada umumnya masih memakai teknologi yang masih tradisional dalam bentuk mesin-mesin tua ataupun alat-alat produksi yang sifatnya masih manual. Keterbelakangan ini tidak hanya mengakibatkan rendahnya total factor produksi dan efisiensi di dalam proses produksi, akan tetapi juga mengakibatkan rendahnya kualitas produk yang dihasilkan.

Ganewati (1997) mengatakan bahwa permasalahan yang masih dihadapi oleh usaha mikro dan kecil dapat bersifat internal maupun eksternal. Secara internal masalah usaha mikro dan kecil adalah modal,

teknologi, akses pasar, keterbatasan manajemen, dan sumber daya manusia serta informasi yang kurang. Sedangkan factor eksternal yaitu kebijakan-kebijakan pemerintah seperti praktek monopoli serta proteksi terhadap beberapa industry besar.

Menurut ridwan (2004) kendala yang sering dihadapi oleh bisnis mikro dan kecil adalah :

1) Aspek pemasaran.

Pelaku usaha mikro dan kecil tidak memiliki perencanaan dan strategi pemasaran yang baik untuk usahanya hal itu hanya didasari dari coba-coba, bahkan tidak bisa juga karena terpaksa. Jangkauan pemasarannya juga sangat terbatas, sehingga informasi produknya tidak sampai kepada calon pembeli. Mereka hampir tidak memprediksi tentang calon pembeli dan tidak mengerti bagaimana cara harus memperkenalkan produknya.

2) Aspek manajemen.

Pelaku usaha mikro dan kecil kebanyakan besar tidak mempunyai pengetahuan yang baik tentang system manajemen pengelolaan usaha. Sehingga dengan demikian sulit untuk membedakan antara asset keluarga dan usaha. Bahkan karena banyak diantara para pelaku usaha yang tidak melakukan pemanfaatan ruang keluarga untuk perencanaan usaha, sehingga tidak jelas dimana arah tujuan usaha yang akan di jalankan dalam waktu tertentu

3) Aspek teknis.

Adapun beberapa aspek teknis yang masih menjadi masalah meliputi : cara produksi, sistem penjualan sampai pada tidaknya badan hokum serta perizinan usaha yang lain.

4) Aspek keuangan.

Masalah yang sering dihadapi para pelaku usaha mikro dan kecil adalah lemahnya bidang keuangan para pelaku usaha mikro hampir tidak mempunyai akses yang luas kepada sumber permodalan. Masalah ini sebenarnya dipengaruhi oleh tiga kendala diatas.

4. Pasar tradisional

a. Definisi pasar tradisional

Pasar tradisional yaitu pasar yang dikelola secara sederhana dalam bentuk fisik tradisional yang menggunakan sistem transaksi tawar menawar secara langsung dimana tujuan utamanya adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat baik yang ada di desa maupun lainnya (Sinaga,2008).

Penjelasan yang lain tentang pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk memperdagangkan barang-barang dagangannya secara berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain sesuai dengan perjanjian yang telah mereka sepakati. Sistem ekonomi tradisional ini masih memiliki peran sangat penting dalam kehidupan masyarakat desa.

Dalam pasar tradisional terdapat perjanjian masyarakat terhadap tempat dan hari untuk menjual hasil produksinya. Contohnya, pada hari selasa di desa A, rabu di desa atau di kota B. menurut Gilarso pengertian pasar dalam arti sempit yaitu “suatu tempat dimana pada hari tertentu para penjual dan pembeli bisa bertemu untuk melakukan aktivitas jual beli barang. Para pedagang menawarkan barang dengan harapan bisa laku terjual dan mendapatkan uang sebagai gantinya. Para pembeli datang ke pasar untuk berbelanja dan membawa uang untuk membayar barang yang di beli.

Harga barang di pasar tradisional memiliki sifat yang tidak pasti, oleh karena itu bisa dilakukan dengan cara tawar-menawar. Jika dilihat dari tingkat kenyamanannya, pasar tradisional cenderung kumuh dan ditambah dengan lokasi yang tidak rapi atau tidak tertata. Pembeli di pasar tradisional lebih cenderung pada kaum ibu-ibu yang memiliki perilaku senang berinteraksi dengan berdialog ataupun berkomunikasi dalam hal penetapan harga, memilih kualitas barang, memesan barang yang diinginkan, serta perkembangan harga-harga lainnya.

Barang yang dijual di dalam pasar tradisional pada umumnya barang-barang lokal yang jika dilihat dari segi kuantitas dan kualitas merupakan barang yang tidak melalui tahap penyortiran yang terlalu ketat. Dari segi kuantitas, jumlah barang yang disediakan juga tidak terlalu banyak maka dari itu apabila ada barang yang diinginkan tidak tersedia di satu kios tertentu, maka dapat dicari di kios lainnya. Rantai

distribusi pada pasar tradisional terdiri dari dari produsen, distributor, sub distributor, konsumen, dan pengecer. Masalah yang biasa dihadapi di dalam pasar tradisional adalah sistem pembayaran ke distributor maupun sub distributor dilakukan dengan tunai, penjual tidak bisa melakukan promosi ataupun memberikan diskon komoditas. Mereka hanya bisa memberikan penurunan harga barang yang dimana barang itu kurang diminati oleh konsumen. Selain itu, dapat mengalami kesulitan dalam memenuhi kontinuitas barang, lemah dalam penguasaan teknologi dan manajemen sehingga melemahkan daya saing.

Sebagian besar konsumen pasar tradisional adalah masyarakat yang ekonominya menengah kebawah yang mempunyai karakteristik sangat sensitive terhadap harga. Lebih jauh tentang pasar tradisional yang memegang peranan yang sangat strategis adalah : (menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No 23/MPP/KEP/I/1998) yaitu :

- 1) Jumlah pasar tradisional di Indonesia lebih dari 13.450 dengan jumlah pedagang berkisar kurang lebih 12.625.000 orang (sumber : APKASI, 2003).
- 2) Pasar tradisional masih menjadi tempat utama untuk penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi tingkat menengah kecil serta mikro. Kebanyakan besar dari mereka adalah para petani, nelayan, pengrajin, home industry.

Jumlah mereka adalah puluhan juta dan sangatlah bergantung hidupnya kepada pasar tradisional.

- 3) Pasar tradisional adalah tempat untuk menghasilkan berbagai keperluan serta kebutuhan pokok mayoritas penduduk di Indonesia. Mereka bisa menghasilkan dengan harga yang terjangkau.
- 4) Pasar tradisional selalu menjadi indikator nasional dalam hubungannya dengan pergerakan tingkat kestabilan harga dan inflasi domestic. Dalam menghitung inflasi, harga kebutuhan pokok penduduk yang diperjualkan di pasar tradisional meliputi beras, gula, dan Sembilan kebutuhan lainnya menjadi obyek monitoring para ahli statistic setiap bulannya.
- 5) Interaksi sosial masih sering terjadi di dalam pasar tradisional ini terjadi karena adanya mekanisme transaksinya menggunakan metode tawar menawar. Selain itu para pedagang dan pembeli dapat secara langsung berinteraksi dan saling kenal. Bukan hanya berkaitan barang yang diperjual belikan akan tetapi juga berkaitan hal lainnya, termasuk tentang budaya masing-masing yang bersangkutan dengan jenis msakan dan cara berpakaian. Di pasar tradisional telah berkumpul dan berkomunikasi dengan damai para anggota masyarakat dari berbagai latar belakang, suku, dan ras.

Pasar tradisional merupakan tempat berkumpulnya para entrepreneur dan calon entrepreneur yang pada umumnya memakai modal sendiri untuk memulai usahanya.

5. Kredit mikro

a. Definisi kredit mikro

Kredit merupakan penyaluran dana yang dilakukan oleh pihak perbankan kepada masyarakat dengan tujuan supaya dana dapat tersalurkan bagi mereka yang membutuhkannya. Menurut undang-undang nomor 7 tahun 1992, kredit yaitu penyediaan uang atau tagihan yang bisa dipersamakan dengan itu berdasarkan kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mengharuskan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga, imbalan, maupun hasil pembagian keuntungan.

Secara etimologis kata kredit berasal dari Bahasa Yunani (*credere*) yang memiliki arti kepercayaan (*truth atau faith*), maksudnya adalah jika seseorang mendapatkan kredit maka mereka memperoleh kepercayaan. Sedangkan bagi si pemberi kredit berarti memberikan kepercayaan kepada seseorang bahwa uang ataupun barang yang dipinjamkan pasti akan kembali. Kredit juga bisa diartikan sebagai hak untuk mendapatkan pembayaran atau kewajiban untuk melakukan pembayaran dengan waktu yang diminta atau dengan waktu yang akan datang karena penyerahan barang-barang yang sekarang.

Berdasarkan dari bermacam-macam pengertian maka bisa disimpulkan bahwa ada unsur yang terkandung dalam kredit (Suyatno, 2007) adalah :

- 1) Kepercayaan, adalah keyakinan dari si pemberi kredit bahwa prestasi yang diberikan baik dalam bentuk uang, barang, dan jasa benar-benar bisa diterima kembali dalam waktu tertentu pada masa mendatang.
- 2) Waktu, adalah suatu masa yang memisahkan antara pemberian prestasi dengan kontraprestasi yang akan diterima pada masa mendatang.
- 3) *Defree of Risk*, adalah suatu tingkat resiko yang akan dialami akibat dari adanya jangka waktu yang memisahkan antara pemberian prestasi dengan kontraprestasi yang akan diterima di masa mendatang. Adanya unsur resiko ini mengakibatkan adanya jaminan dalam pemberian kredit.
- 4) Prestasi, adalah objek kredit baik berupa uang, barang, dan jasa.

Menurut kasmir (2004), prinsip-prinsip kredit yang dikenal dengan 5C yaitu :

- 1) Character adalah sifat atau watak dari seorang calon debitur. Hal ini memiliki tujuan untuk memberikan keyakinan kepada pihak perbankan bahwa sifat dari orang-orang yang akan diberikan kredit bisa dipercaya.
- 2) Capacity adalah suatu kemampuan seorang calon debitur dalam melakukan pembayaran kredit yang berkaitan dengan kemampuan calon debitur dalam mengelola bisnis serta dalam mengelola uang.

- 3) Capital adalah sumber-sumber pembiayaan yang dimiliki calon debitur dalam mengelola usaha yang dilakukannya.
- 4) Collateral adalah sebuah jaminan yang diberikan seorang calon debitur yang bersifat fisik ataupun non fisik. Jaminan yang diberikan biasanya dianjurkan untuk melebihi jumlah kredit yang diberikan.
- 5) Condition adalah suatu penilaian kredit yang mempertimbangkan kondisi sekarang dan masa mendatang

Pengertian dari kredit mikro sangat berkaitan dengan pengertian dari usaha mikro. Secara umum pengertian kredit mikro yaitu definisi yang digagaskan dalam pertemuan *The World Summit in Microcredit* yang digelar di Washington pada tanggal 2-4 februari 1997 yaitu suatu aktivitas memberikan pinjaman yang jumlahnya kecil kepada masyarakat dengan golongan menengah ke bawah untuk program usaha dalam rangka meningkatkan pendapatan, pemberian pinjaman untuk mengurus dirinya sendiri dan keluarganya (The World Summit in Microcredit, 2007 dalam Ramadhini, 2008).

Grameen Banking (2003) dalam Ramadhini (2008) menjelaskan kredit mikro sebagai pengembangan pinjaman dalam jumlah mikro kepada para entrepreneur yang masih rendah kualifikasiya untuk bisa mengakses pada pinjaman dari bank tradisional.

Calmeadow (1999) menjelaskan kredit mikro sebagai arisan pinjaman modal untuk menunjang para pengusaha kecil dalam

berkegiatan, pada umumnya dengan alternative jaminan kolateral dan sistem monitoring pengembalian. Pinjaman diberikan untuk melayani modal kerja sehari-hari, sebagai langkah awal untuk memulai usah ataupun untuk modal invesatasi membeli asset tidak bergerak. Kredit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah suatu kredit yang diberikan kepada debitur usaha, mikro, kecil, dan menengah yang dimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Berdasarkan Undang-Undang tersebut, UMKM dapat diartikan sebagai usaha produktif yang memiliki kriteria usaha dengan Batasan tertentu kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan.

- b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi pilihan kredit informal.
 - 1) Adanya restriksi (pembatasan) yang dibuat oleh Lembaga keuangan formal melalui peraturan-peraturan yang diterapkan oleh Lembaga tersebut
 - 2) Adanya keahlian tertentu dari pemberi kredit informal dalam melayani kebutuhan masyarakat
 - 3) Akibat ketidaksabaran masyarakat.
 - 4) Keperluan-keperluan yang sekiranya sangat mendesak dari masyarakat.
 - 5) Adanya persepsi masyarakat yang lebih berorientasi pada kebutuhan sekarang dari pada masa mandating.
 - 6) Tidak adanya alternative lain yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber modal.

Ada empat alasan kenapa rentenir sebagai lembaga pembiayaan non-formal yang masih tetap aktif sampai sekarang khususnya di lingkungan masyarakat menengah kebawah simple tidak birokratis dan berbelit-belit sangat memperhitungkan aspek momentum. Artinya, rentenir bisa memberikan dana pada nasabahnya pada waktu yang tepat.

- 1) Pendektan budaya setempat, maksudnya rentenir datang sebagai kawan/kolega yang senyatanya
- 2) Berkomunikasi yang didasari dari saling kenal serta rasa percaya.
- 3) Pemahaman mendalam terhadap usaha di nasabah. Maksudnya, si rentenir ini sangat tahu persis kapan waktu panennya, kapan menjualnya, kapan butuh uang, resiko, dan hingga tingkat profit yang akan didapat para klien-nya.
- 4) Progresif dan proaktif, maksudnya rentenir lebih sering turun langsung ke lokasi usaha si calon nasabah.

6. Promosi

a. Definisi promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan marketing yang dimana dalam kegiatan promosi ini setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Indriyo (2000), promosi adalah kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi para konsumen agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan dan membeli

produk tersebut. Pada bagian promosi ini peran komunikasi sangat penting dikarenakan komunikasi adalah pertukaran informasi antar konsumen dan produsen, pertukaran informasi itu sendiri sangat penting untuk meningkatkan hubungan pemasaran, hal ini karena informasi akan memberikan pengertian diantara konsumen dengan produsen.

Dalam kegiatan promosi sangat diperlukan tiga sarana sebagai berikut (Indriyo, 2000) :

1) Periklanan

Menurut Kotler (2001), iklan merupakan segala bentuk penyajian yang berupa promosi barang, jasa atau ide dengan menggunakan suatu sponsor tertentu yang membutuhkan pembayaran serta pada umumnya terdiri dari nama jasa atau produk suatu perusahaan. Maka pengiklanan dilakukan suatu perusahaan yang memberikan iklan ke berbagai kalangan masyarakat. Salah satu kunci yang paling utama periklanan yaitu iklan harus mampu menarik perhatian dari calon konsumen untuk melihat produk maupun jasa yang ditawarkan suatu perusahaan, dan kemudian para konsumen di buat untuk tertarik membeli barang atau jasa tersebut.

2) Promosi penjualan

Promosi penjualan adalah kegiatan penjualan yang mempunyai sifat jangka pendek serta dilakukan sesekali dan tidak

rutin yang bertujuan untuk mendorong lebih kuat agar respon pasar yang ditargetkan lebih cepat.

3) Penjualan secara langsung

Penjualan secara langsung yaitu suatu percakapan antara satu atau lebih calon pembeli dengan penjual yang bertujuan menciptakan penjualan.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, sebagai bahan untuk perbandingan dan juga penunjang penelitian terdapat beberapa hasil dari penelitian yang dijadikan telaah pustaka oleh penulis, sebagai berikut :

Parlina (2017) melakukan penelitian tentang praktik pinjaman rentenir dan perkembangan usaha pedagang di pasar prapatan panjang majalengka. Penelitian ini menggunakan data variabel pinjaman, rentenir, perkembangan usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kualitatif. Dari penelitian yang dilakukan oleh Yeyen parlina dapat diambil kesimpulan hasil penelitian adalah variabel pinjaman tidak berpengaruh dalam perkembangan usaha. Adapun variabel rentenir berpengaruh dalam perkembangan usaha.

Penelitian yang dilakukan Siboro (2015) tentang Rentenir (Analisis Terhadap Fungsi Pinjaman Berbunga dalam Masyarakat Rokan Hilir Kecamatan Bagan Sinembah Desa Bagan Batu). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kualitatif. Kesimpulan yang di dapat bahwa rentenir pada dasarnya bekerja untuk memperoleh keuntungan dari buga

yang mereka berikan kepada nasabah. Pekerjaan rentenir pada dasarnya sudah melanggar semua nilai-nilai agama. Nasabah yang meminjam uang kepada rentenir di Desa Bagan Batu mereka merasa diuntungkan dengan kehadiran rentenir karena rentenir memberikan besarnya pinjaman yang mereka inginkan dengan waktu yang cepat, mudah, efisien, serta tanpa adanya jaminan. Rentenir yang ada di Bagan Batu dikenal sangat ramah dan pandai bersosialisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Susilawati (2016) tentang pola hubungan sosial antara rentenir dengan nasabahnya di kelurahan palas kecamatan rumbai kota pekanbaru dengan variabel rentenir, nasabah, dan hubungan sosial. Metode yang digunakan analisis kuantitatif. Hasil dari penelitian tersebut yaitu bahwa variable rentenir berpengaruh terhadap hubungan sosial artinya rentenir sangat diminati oleh masyarakat walaupun bunga yang ditetapkan tinggi. Adapun variable nasabah juga berpengaruh terhadap hubungan sosial artinya nasabah lebih cenderung pada orang-orang dengan tingkat perekonomian yang relative rendah, sehingga membutuhkan pinjaman dari proses pinjam-meminjam itu terbentuk beberapa hubungan sosial.

Hidayat (2018) melakukan penelitian tentang *The Contribution Of Nusantara Moslem Local Traditional On Micro Finance Risk Management In Indonesia*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi tradisi lokal dalam masyarakat Pendowungon Bondowoso yang mendasarkan pertimbangan dalam manajemen risiko sektor keuangan mikro di Bondowoso. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan

metode grounded. Teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif selama 3 tahun dari 2013 hingga awal 2016, wawancara semi terstruktur dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan kesenjangan bahwa tanda peringatan dini bank hanya mempertimbangkan aspek keuangan, aspek non-keuangan dan aspek transaksi, tidak mengenai aspek budaya. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kinerja keuangan dalam bentuk pinjaman, deposito dan kualitas kredit (kredit macet) dipengaruhi oleh pelaksanaan tradisi budaya lokal.

Amirah (2018) melakukan penelitian yang berjudul minat pedagang pasar terhadap pinjaman rentenir studi kasus di pasar Bantul Yogyakarta, dengan variabel minat pedagang pasar, kemudahan, wawasan agama, dan promosi. Menggunakan metode analisis kualitatif dalam penelitian tersebut. Kesimpulan dari penelitian tersebut bahwa variabel kemudahan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan serta variabel wawasan agama berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat kredit terhadap rentenir di pasar Bantul. Partisipasi rentenir dengan peminjaman uang berfungsi untuk menutup segala kekurangan kebutuhan para pedagang.

Penelitian yang dilakukan oleh Elisa (2017) tentang peran bank thitil dalam kehidupan masyarakat ekonomi lemah (studi kasus penyaluran kredit oleh bank thitil terhadap pedagang sayur di pasar kesamben kabupaten blitar), dengan variabel bank thitil, pedagang sayur, taraf hidup. Metode dan alat analisis yang digunakan adalah wawancara dan uji beda sampel berpasangan (paired sampel t-test) dalam penelitian tersebut. Dari hasil analisis uji beda

sampel berpasangan (paired sampel t-test) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan peningkatan pendapatan pedagang sayur di pasar Kesamben Kabupaten Blitar sesudah dibandingkan sebelum menerima kredit dari bank thitil.

Penelitian yang dilakukan oleh Kalsum (2014) tentang riba dan bunga bank dalam islam (analisis hukum dan dampaknya terhadap perekonomian umat). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah riba, bunga, Islam, dampak, ekonomi sosial. Metode penulisan artikel ini berdasarkan kajian pustaka dengan melakukan review secara mendalam terhadap buku-buku, tafsir dan tulisan-tulisan tentang bunga bank, riba dan yang berkaitan dengannya. Dapat ditarik kesimpulan riba dalam Al Qur'an dengan tegas dikatakan hukumnya haram. Pernyataan tentang pelarangan riba didalam Islam berasaskan pertimbangan-pertimbangan kemanusiaan dan moral sebab pernyataan pelarangan riba merupakan penghapus semuadalam bentuk praktik ekonomi yang dapat menyebabkan ketidakadilan dan kezaliman.

Nugroho (2008) melakukan penelitian tentang *A Critical Review Of The Link Between Social Capital And Microfinance In Indonesia*. Literatur menyebutkan bahwa metode kredit mikro secara kelompok (group lending method) dapat meghasilkan tingkat pengembalian yang tinggi karena berfungsinya modal social (social capital), seperti kekerabatan dan kerja sama antar anggota kelompok serta adanya sanksi kelompok. Studi ini mengidentifikasi keterkaitan antara modal sosial dan keuangan mikro di

Indonesia. Ada dua kesimpulan yang dapat diambil Pertama, metode kredit secara kelompok di Indonesia masih jauh dari memuaskan karena kecilnya skala operasional. Disamping perkembangan kredit kelompok di Indonesia juga masih tergantung pada keberadaan subsidi dari pemerintah maupun lembaga donor lainnya. Kedua kredit mikro yang mendasarkan pada modal sosial tidak harus menggunakan metode kredit kelompok. Kredit mikro yang diberikan secara individual seperti BRI unit desa dan BKK.

Penelitian yang dilakukan oleh Sabiti (2017) tentang *Islamic Micro Finance And Its Impact On Poverty Reduction Of Two Village Models In Bogor Indonesia*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi efektivitas lembaga keuangan mikro syariah dan dampaknya terhadap pengurangan kemiskinan di dua jenis daerah pedesaan di Kabupaten Bogor Indonesia. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif menggunakan skala likert dan dengan uji t berpasangan untuk menentukan dampak keuangan mikro syariah terhadap kinerja bisnis mikro. Regresi berganda juga digunakan untuk melihat pengaruh jenis desa dalam implementasi usaha mikro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan mikro syariah telah mempengaruhi efektivitas aspek pendapatan dan pengeluaran, tetapi juga cukup efektif dalam aspek laba dan penggunaan dalam pengeluaran. Selain itu, keuangan mikro syariah berbasis dana juga memiliki pengaruh positif pada bisnis mikro dan pengurangan kemiskinan.

Penelitian yang dilakukan oleh Musari (2016) tentang *Nanofinance Redefinition of Microfinance For The Very Micro Society Through Philanthropy Linkage Program (Case Study In Indonesia, Cambodia, Thailand, India)*. Penelitian ini ingin mendorong pendirian lembaga kemanusiaan Islam untuk mengeluarkan bantuan kemanusiaan dan dana untuk pemulihan ekonomi sosial orang-orang yang sangat miskin atau orang-orang yang membutuhkan melalui nanofinance. Penelitian ini menawarkan model usulan pengaturan kelembagaan untuk lembaga kemanusiaan ini untuk bersinergi dengan Islamic Development Bank (IDB) dan Organisasi Kerjasama Islam (OKI) untuk mengembangkan keuangan mikro Islam untuk menghindari yang sangat miskin di negara-negara Islam dari rentenir, kemiskinan, dan membantu mereka mandiri.

Romadhoni (2015) melakukan penelitian yang berjudul ketergantungan pedagang pasar terhadap rentenir di pasar prawirotaman Yogyakarta, dengan variabel kepercayaan, kemudahan, kenyamanan, dan keuntungan. Menggunakan analisis kualitatif dalam penelitian tersebut. Hasil dari penelitian tersebut variabel kepercayaan, kemudahan, dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap ketergantungan pedagang pasar terhadap rentenir serta variabel keuntungan tidak berpengaruh signifikan terhadap ketergantungan pedagang pasar terhadap rentenir.

Adapun perbedaan antara penelitian terdahulu diatas dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Perbedaan itu berada di jenis data dan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan. Jenis data yang digunakan adalah

data primer dan teknik pengumpulan data yaitu menggunakan kuisioner dan wawancara. Untuk variabel yang digunakan yaitu Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi.

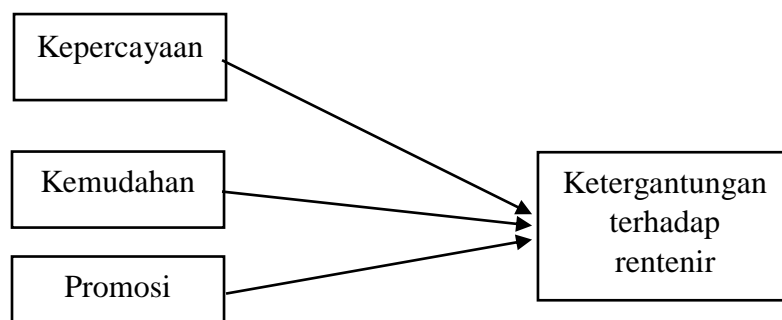
C. Hipotesis

Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan yang dilakukan oleh penulis, maka dapat diambil hasil hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepercayaan dengan ketergantungan pedagang pasar kepada rentenir.
2. Diduga terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kemudahan dengan Ketergantungan pedagang pasar kepada rentenir.
3. Diduga terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi dengan Ketergantungan pedagang pasar kepada rentenir.

D. Model Penelitian

Untuk memudahkan kegiatan penelitian ini dan untuk memperjelas akar pemikiran dalam penelitian ini, maka gambar kerangka pemikiran yang skematis adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir