PERSAINGAN USAHA ANTARA INDOMARET DENGAN MINIMARKET 212 MART DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH

(Studi Di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H) Dalam Ilmu Syariah

Oleh:

RIZKI SAPUTRA
NIM. 1416121823

PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH (HES)
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU 2019 M/1440 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Rizki Saputra, NIM. 1416121823 dengan judul **"Persaingan Usaha Antara Indomaret Dengan Minimarket 212 Mart Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu)"**, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syari'ah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, Februari 2019 M
1440 H

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. H. Supardi, M.Ag	Wery Gusmansyah, M.H
NIP: 196504101993031007	NIP: 198202122011011009

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS SYARIAH
Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax: (0736) 51171 Bengkulu

PENGESAHAN

Skripsi ditulis oleh : Rizki Saputra NIM. 1416121823 yang berjudul ***"Persaingan Usaha Antara Indomaret Dan Minimarket 212 Mart Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu)."*** Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 14 Mei 2019M / 9 Ramadhan 1440H

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memproleh gelar sarjana dalam bidang Hukum Ekonomi Syari'ah, dan diberi gelar Sarjana Hukum(SH).

Bengkulu, 2019 M
1440 H

Dekan Fakultas Syariah

Dr. Imam Mahdi, SH. MH
NIP.196503071989031005

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Drs. H. Supardi, MA
NIP.196504101993031007

Sekretaris

Wery Gusmansyah,MH
NIP.198202122011011009

Penguji I

Rohmadi, MA
NIP.197103201996031001

Penguji II

Wahyu Abdul Jafar,MHI.
NIP198612062015031005

MOTTO

وَلِكُلٍّ وِجۡهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَاۖ فَٱسۡتَبِقُواْ ٱلۡخَيۡرَٰتِۚ أَيۡنَ مَا تَكُونُواْ يَأۡتِ بِكُمُ ٱللَّهُ جَمِيعًاۚ

إِنَّ ٱللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيۡءٖ قَدِيرٞ ١٤٨

Artinya:*Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu*(QS.Al-Baqarah:148)

"Agar sukses, kemauan untuk berhasil harus lebih besar dari ketakutanmu akan gagal"

(Bill Cosby)

Janganlah membanggakan dan menyombongkan diri apa-apa yang kita peroleh, turut dan ikutilah ilmu padi makin berisi makin tunduk an makin bersyukur kepada yang menciptakan kita Allah SWT.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk mereka yang tercinta dan tersayang karena merekalah aku mampu berada di sini dan mampu menjadi lebih baik

1. Allah swt. karena hanya atas izin dan karuniaNya maka skripsi ini dapat dibuat dan diselesaikan pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada Allah swt. penguasa alam yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a
2. Kedua orang tua saya Bapak Jusman Yunas dan Ibu Pitriwita, mereka yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang dilantunkan untuk saya, karena tak ada doa yang paling khusuk selain doa kedua orang tua serta pengorbanan mereka yang berjuang demi saya dan tak pernah saya lupakan dari setiap tetesan keringat mereka untuk kebahagiaan saya.
3. Kedua pembimbing saya Bapak Drs.Supardi,M,Ag dan Bapak Wery Gusmansyah,M,H yang telah banyak berjasa dalam hidup saya karena atas jasa-jasa mereka mulai dari membimbing, menasehati, serta memberikan pengarahan demi kelancaran dan penyelesaian penyusunan skripsi saya banyak ucapkan terima kasih kepada mereka dan semua jasa-jasa kalian akan selalu terpatri dalam hati.
4. Bapak, Ibu dosen dan seluruh staf fakultas syariah IAIN Bengkulu yang banyak mengajarkan dan membantu saya mulai dari saya masuk kuliah hingga saya mau keluar menjadi sarjana begitu banyak ilmu dan pelajaran yang saya dapatkan dari kalian, saya ucapkan terima kasih semoga kalian dalam lindungan Allah dan selalu sukses. Jasa kalian akan saya kenang selalu
5. Untuk Kakaku Roza Indriyanti, Reni Yusnita, Rifda Fazrina yang selalu memberikan motivasi dan berdoa untuk kelancaran skripsi saya dan adikku Rahmad Fiqriansyah dan Raysa Okta Rahmadani yang selalu menghibur aku dalam memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi saya
6. Seluruh keluargaku yang selalu memberikan aku semangat dalam mengerjakan skripsi saya

7. Untuk para sahabat IAIN jurusan Hukum Ekonomi Syariah A angaktan 2014 yang selalu memberikan aku keceriaan dan membuat aku kesal namun aku sangat menyayangi kalian
8. Untuk KKN Kelompok 87 ANGKATAN V Tahun 2018 yang selalu memberikan aku kesenangan
9. Para sahabatku yang sering memberkan aku semangat dalam mengerjakan skripsi saya
10. Para kawan SD Sampai SMA yang tidak akan pernah akan ku lupakan

Penulis

Rizki Saputra
1416121823

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul "PERSAINGAN USAHA ANTARA INDOMARET DENGAN MINIMARKET BERBASIS SYARIAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu)" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Isntitut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalan skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya yang disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Bersedia skripsi ini diterbitkan di jurnal ilmiah Fakultas Syariah atas nama saya daan dosen pembimbing saya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Februari 2019 M

1440 H

Mahasiswa yang menyatakan

METERAI TEMPEL

6000

Rizki Saputra

1416121823

ABSTRAK

Nama: Rizki Saputra, NIM: 1416121823, Judul skripsi: "Persaingan Usaha Antara Indomaret dan Minimarket 212 Mart dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu".

Dalam penelitian kali ini permasalahan yang diteliti adalah Bagaimana bentuk persaingan usaha antara Indomaret dan minimarket 212 Mart Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban kota Bengkulu? Bagaimana perspektif hukum ekonomi syariah Persaingan usaha antara Indomaret dan Minimarket 212 Mart kelurahan Pengantungan kecamatan Ratu Samban kota Bengkulu?. Tujuan dalam penelitian kali ini adalah untuk mengetahui bentuk persaingan usaha antara Indomaret dan minimarket 212 Mart di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu dan untuk mengetahui perspektif hukum ekonomi syariah mengenai bentuk persaingan usaha antara Indomaret dan minimarket 212 Mart tersebut. Metodologi penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, dimana objek penelitian kali ini pemilik usaha Indomaret dan 212 Mart, dan konsumen yang berbelanja di Indomaret dan 212 Mart. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian kali ini yaitu bentuk persaingan usaha antara Indomaret dan 212 Mart tidak ditemukan dari para pemilik usaha yang melakukan praktek monopoli (Ikhtikar) dan persaingan yang tidak sehat, para konsumen lebih mengenal Indomaret dibandingkan dengan 212 Mart dan ada beberapa konsumen yang mengeluhkan pelayanan yang kurang puas bahkan sebagian barang yang harganya tidak sesuai dengan dilabel dan bentuk persaingan usaha ini adalah bentuk persaingan yang sehat dan sesuai hukum ekonomi syariah dan ada yang tidak sesuai dengan hukum ekonomi syariah, yaitu pemilik usaha tidak melakukan praktek persaingan yang tidak sehat dan sebagian barang yang harganya tidak sesuai dilabel dan pelayananya kurang baik.

Kata Kunci: Persaingan Usaha, Monopoli (Ikhtikar), Hukum Ekonomi Syariah

ABSTRACT

Name: Rizki Saputra, NIM: 1416121823, Thesis title: "Business Competition Between Indomaret and Minimarket 212 Mart in the Sharia Economic Law Perspective in Pengantung District, Ratu Samban District, Bengkulu City".

In this study, the problem studied is What is the form of business competition between Indomaret and minimart 212 Mart, Pengantung District, Ratu Samban District, Bengkulu City? What is the perspective of sharia economic law? Business competition between Indomaret and Minimarket 212 Mart Penganger sub-district Ratu Samban district Bengkulu city? The purpose of this study was to determine the form of business competition between Indomaret and the 212 Mart minimarket in Pengantung District, Ratu Samban District, Bengkulu City and to determine the perspective of sharia economic law regarding the form of business competition between Indomaret and the 212 Mart minimarket. The research methodology used in this study is field research, where the object of this research is Indomaret and 212 Mart business owners, and consumers who shop at Indomaret and 212 Mart. Data collection techniques consist of observation, interviews, and documentation. The results of this study are that the form of business competition between Indomaret and 212 Mart is not found from business owners who practice monopoly (Ikhtikar) and unfair competition, consumers are more familiar with Indomaret compared to 212 Mart and there are some consumers who complain of poor service satisfied even some goods whose prices are not in accordance with the label and this form of business competition are forms of fair competition and in accordance with sharia economic law and some are not in accordance with sharia economic law, namely business owners do not practice unfair competition practices and some goods whose prices are not suitable label and the service is not good.

Keywords: Business Competition, Monopoly (Ikhtikar), Sharia Economic Law

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Persaingan Usaha Antara Indomaret dan Minimarket Berbasis Syariah Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu"**.

Shalawat dan beriringan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW. yang mana beliau telah banyak berjuang demi umatNya yaitu membawa kita dari zaman Jahiliyah ke zaman Modern pada saat ini dan hal paling penting beliau menyampaikan ajaran Islam sebagai pedoman hidup di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh Sarjana Hukum (S.H) pada program studi Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) Jurusan Syari'ah pada Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada.

1. Bapak Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M. Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Imam Mahdi, M.H, selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Bengkulu.
3. Wery Gusmansyah, M.H selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu dan selaku Pembimbing II yang sangat memotivasi dan arahan dari skripsi saya..
4. Drs.H. Supardi, M.Ag selaku pembimbing I yang selalu memberikan arahan dari skripsi saya.

5. Bapak, Ibu Dosen Staf dan Karyawan Fakultas Syariah IAIN Bengkulu yang telah mengajar, membimbing dan memberikan ilmu dengan penuh keikhlasan.
6. Untuk kedua Orang Tuakku yang memberi motivasi dan keyakinan dalam mengerjakan skripsi saya
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari banyak kelamahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membantu kesempurnaan skripsi ini untuk selanjutnya.

Bengkulu, Februari 2019

Rizki Saputra

1416121823

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN MOTTO iv

HALAMAN PERSEMBAHAN v

HALAMAN PERNYATAAN vi

ABSTRAK vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 7

C. Tujuan Penelitian 7

D. Kegunaan Penelitian 8

E. Penelitian Terdahulu 8

F. Metode Penelitian 10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Persaingan Usaha (Bisnis) 16

1. Pengertian Persaingan Bisnis 16
2. Landasan Syariah Persaingan Bisnis 19
3. Faktor Pendorong Persaingan 22
4. Pemegang Kepentingan Dalam Bisnis 24

B. Etika Bisnis Islam 25

1. Pengertian Etika Bisnis Islam 25
2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam 27
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam 28
4. Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam 30

C. Jual beli (Al-Bai) 33
1. Pengertian Jual Beli (Al-Bai) 33
2. Dasar Hukum Jual Beli (Al-Bai) 35
3. Rukun Dan Syarat Jual Beli (Al-Bai) 38
D. Marketing Syariah 42
1. Pengertian Marketing Syariah 42
2. Manajemen Marketing Syariah 45
3. Strategi Marketing Syariah..... 46
4. Konsep dan Karakteristik Marketing Syariah 49

BAB III GAMBARAN UMUM INDOMARET DAN 212 MART KELURAHAN PENGANTUNGAN

A. Gambaran Umum Kelurahan Pengantungan 55
1. Sejarah dan Letak Geografis Kelurahan Pengantungan..... 55
2. Keadaan Penduduk dan Mata Pencaharian 56
3. Keadaan Sosial Masyarakat Kelurahan Pengantungan..... 57
4. Latar Belakang Keagamaan Masyarakat..... 57
B. Sejarah dan Visi Misi Indomaret 59
C. Sejarah dan Visi Misi 212 Mart 61
D. Produk-Produk Indomaret dan 212 Mart..... 62

BAB IV BENTUK PERSAINGAN USAHA DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH

A. Bentuk Persaingan Usaha Indomaret dan Minimarket 212 Mart Di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu……..65
B. Analisa Terhadap Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Persaingan Usaha Antara Indomaret dan Minimarket 212 Mart Di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu..... 81

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 87
B. Saran 88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan salah satu dari sekian jalan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Islam telah memberikan petunjuk mengenai bagaimana caranya menjalani kehidupan dengan benar agar manusia dapat meraih kebahagian yang dicapainya baik dunia maupun akhirat, Allah SWT telah memperoleh hidayah kepada setiap umat mengenai bisnis dalam memenuhi kebutuhan hidup.[1]

Maka dari itu bisnis dapat dikatakan sebagai suatu pekerjaan yang dilakukan oleh manusia dalam memenuhi kelangsungan hidup umat manusia itu sendiri, dan didalam setiap berbisnis tidak diperkenankan melakukan perbuatan-perbuatan batil kepada sesama pesaing-pesaing bisnis, baik yang baru bermunculan maupun orang yang melakukan bisnis-bisnis sejenisnya yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam Sebagaimana firman Allah SWT:[2]

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ
تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu (QS.An-Nisa:29)

---

[1] Ismail Nawawi *Ekonomi Islam – Teori, Si; 1 VEK Hukum*, (Surabaya: CV Putra Media Nusantara, 2009), hlm 51

[2] Departemen Agama RI, *Alquran dan terjemahanya* (Surabaya : Duta ilmu, 2005), hlm.107-108

Dalam berbisnis, Islam sangat memperhatikan pedoman meliputi norma-norma atau etika untuk mengembangkan bisnis agar pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki rasa *respon* yang tinggi dalam mengembangkan bisnis itu sendiri.[3] Maka dari itu dengan adanya norma-norma atau etika spiritual yang tinggi, iman dan akhlak yang mulia, para pelaku usaha tidak akan habis kekayaan dan sebagai pusaka yang tidak akan pernah sirna. Sebagaimana dalam firman Allah SWT:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تُحِلُّوا۟ شَعَـٰٓئِرَ ٱللَّهِ وَلَا ٱلشَّهْرَ ٱلْحَرَامَ وَلَا ٱلْهَدْىَ وَلَا ٱلْقَلَـٰٓئِدَ
وَلَآ ءَآمِّينَ ٱلْبَيْتَ ٱلْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَٰنًا ۚ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَٱصْطَادُوا۟ ۚ
وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَـَٔانُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ ٱلْمَسْجِدِ ٱلْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا۟ ۘ
وَتَعَاوَنُوا۟ عَلَى ٱلْبِرِّ وَٱلتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا۟ عَلَى ٱلْإِثْمِ وَٱلْعُدْوَٰنِ ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ ۖ إِنَّ
ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya : Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.(QS. Al-Maidah:2)

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ { أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ } رَوَاهُ الْبَزَّارُ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

Dari Rifa'ah bin Rafi' radhiyallahu 'anhu, bahwa Nabi shallallahu 'alaihi wasallam ditanya:"Apakah pekerjaan yang paling baik/afdhol?" Beliau menjawab:"Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri (hasil jerih payah sendiri), dan setiap jual beli yang mabrur. (Hadits riwayat al-Bazzar dan dishahihkan oleh al-Hakim *rahimahumallah*).[4]

---

[3] *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar* Dr. Muhammad Shari Chaudry, M.A., LLB., Ph.D. (Jakarta: Prenamedia Group), hlm.1-2

[4] Al-Hafiz Ibn Hajar Al-Asqalani, *Bulug al-Maram Min Adillah al-Ahkam* (Surabaya:Darul'Ilmi,), hlm.158

Dalam kegiatan ekonomi atau bisnis pasti adanya persaingan usaha antara pelaku usaha yang satu dengan lainnya merupakan hal yang biasa terjadi. Persaingan usaha yang sehat akan berdampak positif bagi pelaku pengusaha yang saling bersaing atau berkompetisi karena dapat menimbulkan upaya-upaya peningaktan eifisiensi, produktivitas, dan kualitas produk yang dihasilkan. Konsumen juga mendapatkan manfaat dari adanya persaingan yang sehat karena dapat menimbulkan penyesuaian harga pasaran saat ini dan kualitas produk yang terjamin. Sebaliknya, apabila persaingan yang terjadi tidak sehat, akan dapat merusak perekonomiam negara yang merugikan banyak umat.

Pelaku usaha di Indonesia dalam mengembangkan usahanya harus sesuai dengan demokrasi ekonomi yang terjadi saat ini dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Undang-Undang (UU) persaingan usaha adalah Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dengan bertujuan untuk memperhatikan pasar kompetitif dari pengaruh kesepakatan dan konspirasi yang cenderung merugikan dan menghilangkan persaingan yang lain. Kepedulian dalam UU persaingan usaha adalah kompetisi promosi dan memperkuat kedaulatan konsumen.[5]

Monopoli merupakan suatu komponen utama yang akan membuat kekayaan terkonsentrasi ditangan segelintir kelompok atau orang sehingga dapat menciptakan kesenjangan sosial dan ekonomi. Kepemilikan dan

[5] Johnny Ibrahim, *Hukum Persaingan Usaha Filosofi, teorodan Implikasi penerapannya di Indonesia*, (Bayumedia: Malang, 2009), hlm. 40

penguasaan aset kekayaan ditangan individu adalah sesuatu yang diperbolehkan. Namun demikian ketika kebebasan tersebut dimanfaatkan untuk menciptakan praktek-praktek monopolistik yang merugikan, maka adalah tugas dan kewajiban negara dan para pelaku usaha untuk melakukan intervensi dan koreksi

Di abad pertengahan ulama-ulama terkemuka seperti, Ibn Taimiyyah, Ibn Qaiyym al-Jauziyyah dan Ibn Khaldun telah pula melakukan kajian yang mendalam tentang praktek monopoli. Ibn Taimiyyah dalam kitabnya Al-Hisba Fiil Islam beliau menjelaskan bahwa ajaran Islam sangat mendorong kebebasan untuk melakukan aktivitas ekonomi sepanjang tidak bertentangan dengan aturan agama, misalnya yang dalam sistem ekonomi Islam dikenal dengan istilah *Riba* (interest), *ikhtikar* (penimbunan/monopoli), *Ta'zir* yang dzalim (penetapan harga secara dzalim), dan *Tadlis* (penipuan), serta *Taqhrir* (kerancuan, ketidak pastian).[6]

Adapun yang menjadi perhatian dari persaingan usaha adalah dengan kemunculan usaha minimarket. Menurut kamus, pengertian usaha minimarket yaitu semacam swalayan yang berbasis ritel waralaba yang menjual berbagai macam barang, mulai dari makanan, minuman, sampai peralatan rumah tangga lainnya, namun tidak selengkap supermarket. Dimana pembeli mengambil sendiri barang yang dibutuhkan dari rak-rak yang sudah disediakan dan langsung bayar dikasir. Dari pengertian tersebut terlihat

[6] Burhanuddin S, *Hukum Bisnis Syariah*, (UII Press: Yoqyakarta, 2011), hlm. 230

bahwa usaha ritel bukan sekedar kegiatan menjual barang nyata kepada konsumen.[7]

Seiring dengan perkembangan zaman usaha minimarket di Indonesia yang berdiri saat ini tidak hanya yang berbasis konvensional, namun ada pula usaha minimarket berbasis syariah dimana usaha minimarket berbasis syariah menggunakan sistem yang sesuai dengan syariat islam berbeda dengan sistem yang dipakai oleh usaha minimarket berbasis konvensional. Perkembangan usaha minimarket berbasis syariah dalam beberapa tahun terakhir semakin pesat, adapun beberapa faktor yang menjadi penyebab bertumbuhnya usaha ritel berbasis syariah, mulai dari perkembangan demografi, sistem pelayanan yang ramah, produk yang dijualnya halal ,masyarakat bisa ikut serta menjadi penanam modal sehingga menjadi faktor pertumbuhan usaha minimarket berbasis syariah. Serta kemajuan teknologi memberikan kesempatan kepada para produsen untuk menawarkan produk baru yang lebih memikat.

Saat ini perkembangan usaha minimarket tidak hanya terletak di kota-kota besar, namun usaha minimarket kini mulai menjamur di kota-kota kecil, terutama yang berada di kota Bengkulu. Di kota Bengkulu ada beberapa usaha minimarket yang menjadi pilihan masyarakat mulai dari usaha minimarket berbasis konvensional maupun yang berbasis syariah. Adapun usaha minimarket yang terkenal dikota Bengkulu yaitu Indomaret dan 212 Mart, dimana usaha minimarket ini merupakan pilihan masyarakat kota Bengkulu. Salah satu daerah di kota Bengkulu yang mendirikan usaha

[7] Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*.(Bandung: Alfabeta.Utami, Christina Whidya. 2006), hlm.46

minimarket terdapat dikelurahan pengantungan. Bahkan Indomaret dan 212 Mart dikelurahan pengantungan saling berdekatan satu sama lainnya.

Adapun fenomena yang terjadi pada usaha minimarket Indomaret dan 212 Mart yang berada dikelurahan Pengantungan kecamatan Ratu Samban kota Bengkulu, Indomaret dan 212 Mart merupakan suatu usaha yang lagi berkembang saat ini yang dilakukan oleh pelaku usaha sehingga akan menimbulkan persaingan dalam usaha minimarket. Berdasarkan hasil pengamatan sementara dan wawancara penulis kepada pak Nurcholis selaku ketua koperasi 212 mart mengatakan bahwa 212 mart dan Indomaret merupakan sama-sama usaha berbasis ritel, Indomaret dan 212 mart sama-sama menjual produk yang sama. Namun yang membedakan 212 mart lebih menjual produk-produk UMKM dari Bengkulu adapun UMKM dari luar hanya sebagai reseler dan 212 mart tidak menyediakan produk yang tidak halal dan justru menyediakan produk yang halal, dari segi harga tidak semua harga terlalu mahal sementara dari sisi tempat tidak terlalu besar dibandingkan dengan Indomaret. Begitu masyarakat sangat berpengaruh terhadap persaingan antara Indomaret dengan 212 mart.[8]

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka peneliti tertarik dan untuk melakukan penelitian dengan judul " **Persaingan Usaha Antara Indomaret Dengan Minimarket 212 Mart Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu)".**

[8] Wawancara Bapak Nurcholis *Ketua Koperasi 212 Mart Kota Bengkulu* 16 Oktober 2018

B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimana bentuk persaingan usaha antara Indomaret dan minimarket 212 Mart Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban kota Bengkulu?
2. Bagaimana perspektif hukum ekonomi syariah Persaingan usaha antara Indomaret dan Minimarket 212 Mart kelurahan Pengantungan kecamatan Ratu Samban kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bentuk persaingan usaha antara Indomaret dengan minimarket 212 Mart kelurahan Pengantungan kecamatan Ratu samban kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui perspektif hukum ekonomi syariah terhadap bentuk persaingan usaha antara Indomaret dan minimarket 212 Mart kelurahan Pengantungan kecamatan Ratu Samban kota Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

   Hasil penelitian ini adalah untuk mengembangkan ilmu mengenai tentang persaingan usaha antara sesama minimarket yang sesuai dengan perspektif hukum ekonomi syariah dan bermanfaat bagi wawasan penulis dan pembaca.[9]

2. Secara Praktis

   a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu mengatasi permasalahan dari para pelaku bisnis yang terlibat persaingan usaha, terutama para

[9] Sudarman Damin, Menjadi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Pustaka Setia 2002), hlm.32

pelaku bisnis yang memiliki usaha minimarket Indomaret dan minimarket 212 Mart yang sesuai dengan hukum ekonomi syariah.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari pihak pengusaha yang mau mengikuti aturan yang sesuai dengan hukum ekonomi syariah.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam penelusuran kali ini penulis belum menemukan penelitian atau tulisan yang secara spesifik mengenai tentang " Persaingan Usaha Antara Indomaret dan Minimarket 212 Mart Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah". Namun ada beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian yang saya lakukan:

1. Tri Dilfan Zahendra, 2015 "Persaingan Minimarket Indomaret dan Minimarket Alfamart Menurut Perspektif Ekonomi Islam Kelurahan Tuah Karya kecamatan Tampan Kota Pekanbaru". Masalah yang ada dalam penelitian adalah strategi bersaing yang digunakan oleh minimarket Indomaret dan Alfamart.[10] Lokasi gerai minimarket selalu berdekatan dan tinjauan ekonomi Islam terhadap kedua minimarket yang sudah berskala nasional. Hal ini membuat konsumen harus memilih kedua minimarket tersebut yang saling berdekatan. Persamaan ini dengan penelitian saya terletak pada jenis penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian lapangan. Sumber data yang digunakan langsung dari masyarakat dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode, wawancara, dan dokumentasi dan sama-sama pemilik

[10] Tri Dilan Zahendra, *Persaingan Minimarket Indomaret Dan Minimarket Alafamart Menurut Perspekti Ekonomi Islam* (RIAU : skripsi, 2015)

usaha minimarket. Namun yang membedakan dengan skripsi saya yaitu objek penelitian dan aspek hukum, skripsi sebelumnya meneliti tentang persaingan minimarket Indomaret dan Alfamart dari aspek ekonomi Islam, skripsi yang saya buat meneliti tentang bentuk persaingan minimarket Indomaret dan minimarket 212 Mart dari aspek hukum ekonomi syariah.

2. Eva Sari, 2017 " Tinjauan Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Beda Harga (Studi pada Pasar Buah Bambu kuning Bnadar Lampung)".[11]Persamaan ini dengan penelitian saya terletak pada jenis peneitian yang sama-sama menggunakan penelitian lapangan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini langsung dari masyarakat dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara, dokumentasi, dan ditambah studi pustaka dari para pedagang buah yang ada di Pasar buah Bambu Kuning Bandar Lampung dan teknik pengumpulan data berupa interview atau wawancara, observasi, studi pustaka, dan analisis data. Namun yang membedakan dengan skripsi saya terletak pada terletak pada objek penelitian terkait dengan persaingan usaha, skripsi sebelumnya meneliti tentang objek penelitian persaingan usaha Beda Harga (Studi pada Pasar Buah Bambu Kuning Bandar Lampung) dan saya meneliti tentang persaingan usaha antara Indomaret dan minimarket 212 Mart berdasarkan hukum ekonomi syariah.

[11] Eva Sari, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Beda Harga* (LAMPUNG:skripsi, 2017)

F. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah dengan cara mengumpulkan data, mengklarifikasi dan menganalisis fakta yang ada ditempat penelitian, dengan menggunakan ukuran-ukuran dalam pengetahuan seperti Observasi lapangan, Wawancara, Dokumentasi ditambah dengan Studi Pustaka. Hal ini dilakukan untuk menemukan fakta yang ada. Metode penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan prilaku yang diamati. Karena itu data-data disajikan dalam bentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka-angka.[12] Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dan bantuan studi pustaka (*Field Research dan bantuan Library Research)*, Sumber data yang digunakan langsung dari masyarakat dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode, wawancara, dan dokumentasi dan tekhnik pengumpulan data menggunakan interview atau wawancara, observasi, kepustakaan dan analisis data.

2. Waktu Dan Lokasi Penelitian

Adapun waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis pada bulan Januari-Februari 2019 dan lokasi penelitian yang dipilih oleh penulis yaitu di terletak di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban

[12] Bagong Suyanto Dan Sutinah (Ed.), *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan, (*Jakarta:Pustaka Kencana Media Group, 2011), hlm.166.

Kota Bengkulu. Lokasi inilah tempat studi kasus yang akan dijadikan sebagai lokasi untuk peneliti mengetahui " Persaingan Usaha Antara Indomaret Dengan Minimarket 212 Mart Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu)".

3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan pengetahuan tentang objek yang diteliti, maka pengumpulan data dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis data yang terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui wawancara dari sejumlah informan. Responden yang di wawancarai adalah pemilik dari usaha minimarket di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu. Data sekunder yang digunakan adalah buku-buku, Jurnal dan sumber-sumber yang terpercaya. Teknik pengumpulan data sepenuhnya menggunakan cara penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi.

a) Observasi

Metode observasi adalah suatu proses pengambilan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara sistematis terhadap obyek penelitian yang diteliti dengan cara langsung dan terencana bukan karena kebetulan.[13] Dalam hal ini penulis melakukan observasi ke minimarket yang berada dikelurahan Pengantungan

[13] Bagong Suyanto Dan Sutinah …..hlm 170

Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu untuk mengetahui praktek persaingan usaha minimarket.

b) Wawancara

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data melalui proses dialog pewawancara dengan Informan.[14] Dalam hal ini wawancara dilakukan kepada pemilik usaha minimarket dikota Bengkulu.

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan media foto, video, surat-surat, dokumen resmi baik yang internal maupun yang eksternal.[15] Dalam hal ini pengumpulan data dilakukan di Minimarket Indomaret dan minimarket 212 Mart yang berada di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu.

4. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi social situation atau situasi sosial yaitu kesinambungan antara tempat (place), pelaku (actors), dan aktivitas (activity) yang berinteraksi secara sinergis. Pada situasi sosial peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas (activity) orang-orang (actors) yang ada pada tempat (place) tertentu dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah pemilik minimarket Indomaret, karyawan minimarket Indomaret, pemilik minimarket 212 mart, karyawan minimarket 212 mart, serta para

[14] Bagong Suyanto Dan Sutinah ….hlm 171
[15] Bagong Suyanto Dan Sutinah ….hlm171

pengunjung/konsumen yang pernah berbelanja di Indomaret dan 212 Mart kota Bengkulu.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang masih memiliki ciri-ciri utama dari populasi dan ditetapkan untuk menjadi responden penelitian.[16] Adapun sample dalam penelitian kali ini berjumlah 17 orang yang meliputi 2 orang pemilik usaha Indomaret dan 212 Mart serta 15 orang yang selaku konsumen yang pernah berbelanja di kedua minimarket tersebut.

TABEL I

Nama Informan Penelitian

No	Nama	Status
1.	Pak Simbuldin	Manajer 212 Mart
2.	Joni Pradipta	Perwakilan Manajer Indomaret
3.	Ibu Ana	Pembeli
4.	Ibu Ria	Pembeli
5.	Ibu Santi	Pembeli
6.	Ibu Mira	Pembeli
7.	Pak Anton	Pembeli
8.	Pak Sapriadi	Pembeli
9.	Ibu Isil	Pembeli
10.	Ibu Desi	Pembeli
11.	Pak Nopa	Pembeli
12.	Ibu Sulistiawati	Pembeli
13.	Ibu Dewi	Pembeli
14.	Tomo	Pembeli
15.	Ibu Srianti	Pembeli
16.	Jamaris	Pembeli
17.	Pak Nazaruddin	Pembeli

5. Analisis Data

Analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan penelitian. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisa

[16] Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum.* (Jakarta : Sinar Grafika, 2013), Hal.106

data kualitatif, dimana analisa datanya dilakukan dengan cara nonstatistik, yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggambarkan data yang diperoleh dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan dalam kategori-kategori untuk memperoleh kesimpulan.[17]

Setelah data yang diperlukan telah terkumpul dan dianggap telah memadai, maka data tersebut dianalisa secara deskriptif. Kemudian disimpulkan secara deduktif yaitu menarik kesimpulan dari pertanyaan yang bersifat umum kepernyataan yang bersifat khusus.

[17] Sugiono 2013. *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif dan R&D,* (Bandung: Alfabeta, 2013) hlm.247

BAB II

PERSAINGAN USAHA DAN ETIKA BISNIS

A. Persaingan Bisnis (Usaha)

1. Pengertian Persaingan Bisnis

Persaingan usaha (bisnis) merupakan istilah yang muncul didalam berbagai literatur yang membahas perihal aspek hukum dalam persaingan bisnis. Kata Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* artinya persaingan itu sendiri atau bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan yaitu suatu kelompok usaha atau satu usaha berkompetisi dengan tujuan untuk sesesuatu yang diberikan kepada pembeli, perusahaan yang menguasai, peningkatan survei, atau sumber daya manusia yang diambil. Secara umum, persaingan bisnis merupakan perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.[18]

Dalam kamus manajemen persaingan bisnis terdiri dari:

a. Persaingan sehat (*healthy competition*) adalah perseteruan antara perusahaan atau pelaku usaha yang menyakini tidak akan melakukan praktek yang tidak sesuai dan setiap usaha harus mengedepankan etika-etika bisnis.

b. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*). Persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat, dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang

mengarah pada menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan, sehingga salah satu tersingkir dari pasar dan salah satunya menjual barang di bawah harga yang berlaku di pasar.

Islam sebagai aturan hidup yang khas, yang memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menjauhkan munculnya masalah akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis adalah:

1. Pihak-pihak yang bersaing.

   Manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Harta yang diperolehnya adalah rizki yang diberikan Allah SWT. Tugas manusia adalah berusaha sebaik-baiknya, salah satunya dengan jalan bisnis. Tidak ada anggapan rizki yang diberikan Allah akan diambil oleh pesaing. Karena Allah telah mengatur hak masing-masing sesuai usahanya.[19]

   Keyakinan ini dijadikan landasan sikap tawakal setelah manusia berusaha sekuat tenaga. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

2. Segi cara bersaing

   Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Oleh karena itu

[19] M. Ismail Yusanto dan M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*,(Gema Insani Press, Jakarta, 2002), hlm. 92.

persaingan bebas yang menghalalkan segala cara harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami.

Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain, seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Saat berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Dalam berbisis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara.[20]

3. Objek (barang atau jasa) yang dipersaingkan

Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

a. Produk

Produk yang diperjualbelikan baik berupa barang ataupun jasa harus halal dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.[21]

---

[20] M. Ismail Yusanto dan M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami...*, hlm. 93.

[21] M. Ismail Yusanto dan M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* ...hlm. 96-97.

b. Harga

Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Hal tersebut, tidak diperbolehkan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.

c. Tempat

Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti gambar porno, minuman keras dan sebagainya untuk sekedar menarik pembeli.

d. Pelayanan

Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.

e. Layanan purna jual

Ini merupakan servis yang akan melanggengkan. Akan tetapi ini diberikan dengan cuma-cuma atau sesuai akad.

2. Landasan Syariah Persaingan Bisnis

Strategi bersaing atau persaingan dalam pandangan syariah dibolehkan dengan kriteria bersaing secara baik. Salah satunya dijelaskan dalam sebuah surat tentang anjuran berlomba dalam kebaikan:

وَلِكُلٍّ وِجۡهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَاۖ فَٱسۡتَبِقُواْ ٱلۡخَيۡرَٰتِۚ أَيۡنَ مَا تَكُونُواْ يَأۡتِ بِكُمُ ٱللَّهُ جَمِيعًاۚ إِنَّ ٱللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيۡءٖ قَدِيرٞ ١٤٨

Artinya: Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan

kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (QS. Al-Baqarah: 148)[22]

Dalam kandungan ayat Al-Qur'an diatas dijelaskan bahwa persaingan untuk tujuan kebaikan itu diperbolehkan, selama persaingan itu tidak melanggar prinsip syariah.[23] Seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah, ketika berdagang Rasul tidak pernah melakukan usaha yang membuat usaha pesaingnya hancur, walaupun tidak berarti gaya berdagang Rasul seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur, termasuk jika ada kecacatan pada barangnya.

Secara alami, hal-hal seperti ini ternyata dapat meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya. Hendaknya kaum muslimin tetap berusaha keras sebaik mungkin dengan penuh tawakal kepada Allah SWT, hanya mengharapkan ridha-Nya dan apa yang dilakukan semata-mata untuk beribadah kepada-Nya. Ayat tersebut juga menjelaskan bahwa sebagai seorang muslim perlu berlomba-lomba dalam mengerjakan kebaikan. Termasuk untuk bertransaksi ekonomi berdasarkan syariah Islam maka berarti melakukan kebaikan yaitu menegakkan kebenaran agama.

Di dalam surat yang lain, Al-Qur'an juga memperingatkan kepada para pesaing untuk tidak menjadikan dirinya serakah, dengan berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan duniawi sebanyak-banyaknya.

---

[22] Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 148, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Departemen Agama RI, hlm. 38.

[23] M. Ismail Yusanto dan M. Karebat Widjajakusuma,… hlm. 96.

Karena sikap demikian akan menjadikan manusia lalai dan lengah. Hal tersebut disampaikan Allah melalui sebuah surat:

أَلْهَىٰكُمُ ٱلتَّكَاثُرُ ﴿١﴾ حَتَّىٰ زُرْتُمُ ٱلْمَقَابِرَ ﴿٢﴾ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴿٣﴾ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴿٤﴾ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ ٱلْيَقِينِ ﴿٥﴾

Artinya:"Bermegah-megahan telah melalaikan kamu. Sampai kamu masuk ke dalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu). Dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin. (QS. At-Takatsur: 1-5)

Dalam ayat yang telah disebutkan diatas Allah memperingatkan secara keras agar meninggalkan persaingan semacam itu. Begitupun secara berulang-ulang Allah memperingatkan untuk menjauhi persaingan tersebut. Kalimat seperti ini mengandung nilai ancaman yang sangat keras guna mencegah dan mencela perbuatan.

Dari penjelasan di atas, jelaslah terlihat bahwa konsep persaingan bisnis berbasis Qur'ani adalah sebuah konsep persaingan yang menganjurkan para pebisnis untuk besaing secara positif (*fastabiqul khairat*) dengan memberikan konstribusi yang cukup dari usahanya tidak untuk menyingkirkan pengusaha lainnya dan menyuruh pengusaha untuk tidak merugikan dan membahayakan pengusaha lainnya. Hal ini, Al-Qur'an juga membahas konsep untuk tidak dibenarkan melakukan persaingan dengan tujuan memperoleh kekayaan sebanyak-banyaknya tidak melihat dari nilai-nilai Islami. Karena hal ini akan mengakibatkan lalai sampai lupa dengan kewajibannya sebagai hamba Allah. Oleh karena itu, penting sekali bagi pebisnis Muslim untuk memahami konsep

persaingan yang dianjurkan dalam islam agar tidak terjatuh persaingan yang tidak sehat.

3. Faktor Pendorong Persaingan

Persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah usaha atau perdagangan. Ada lima faktor persaingan bisnis yang dapat menentukan kemampuan bersaing:

a) Ancaman pendatang baru

Pendatang baru dalam suatu industri dapat menjadi ancaman bagi pemain yang ada, jika membawa kapasitas baru, keinginan untuk merebut pangsa pasar, dan memiliki sumber daya yang besar. Dampaknya, harga dapat menjadi turun atau biaya meningkat sehingga dapat mengurangi profitabilitas perusahaan yang ada. Sehingga adanya pendatang baru dapat memaksa perusahaan yang sudah ada untuk lebih efekif dan efisien.

Ini merupakan seberapa mudah atau sulit bagi pendatang baru untuk memasuki pasar. Biasanya semakin tinggi kendala masuk, semakin rendah bahaya yang masuk dari pengusaha yang baru.

b) Persaingan diantara para pesaing yang ada

Persaingan diantara para pemain (perusahaan) yang ada dalam kompetisi untuk memperebutkan posisi dengan menggunakan taktik-taktik, seperti kompetisi harga, pengenalan produk, dan perang iklan secara besar-besaran serta meningkatkan pelayanan atau jaminan

kepada pelanggan. Persaingan terjadi karena para pemain merasakan adanya tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisi.[24]

c) Kekuatan tawar menawar pemasok atau *Supplier*

Pemasok yang berkuasa dapat menggunakan kekuatan menawarnya dengan menekan perusahaan yang ada dalam suatu industri dengan menaikkan harga atau mengurngi kualitas barang atau jasa yang dibeli. Jika perusahaan tidak mampu menutupi kenaikan biaya melalui struktur harganya, maka profitabilitas perusahaan tersebut dapat menurun, sehingga pemasok yang berkuasa dapat mengurangi kemampulabaan suatu industri yang tidak dapat menaikkan harga untuk menutup kenaikan biaya tersebut.

d) Kekuatan tawar menawar pembeli

Pembeli juga dapat memaksa harga turun, menuntut kualitas yang lebih tinggi, atau pelayanan yang lebih baik. Menyampaikan tersebut akan mengakibatkan persaingan yang kuat diantara pengusaha yang ada dalam satu industri yang sama.

e) Ancaman produk pengganti

Semua pengusaha dalam satu industri sesungguhnya bersaing dengan produk pengganti, meskipun karakter dari produk tersebut berbeda, namun produk pengganti ini dapat memberikan fungsi dan manfaat yang sama. Jika produk industri tidak dapat meningkatkan kualitas produk atau melakukan diferensiasi, maka kemungkinan penurunan laba atau bahkan pertumbuhannya sebagai akibat harga

---

[24] Muhammad Husni Mubarok, *Manajemen Strategi*, (DIPA STAIN Kudus, Kudus, 2009),
hlm. 35-37.

yang ditawarkan oleh produk pengganti semakin menarik. Substitusi tidak hanya membatasi laba pada saat normal, tetapi juga bisa mengurangi potensi keuntungan yang besar yang bisa diperoleh ketika pasar mengalami lonjakan.[25]

4. Pemegang Kepentingan Dalam Bisnis

Orang-orang penting yang melakukan bisnis, yang melaksananakan bisnis, dan orang yang menangung risiko akibat dalam bisnis disebut pemegang kepentingan dalam bisnis (*stakeholders*). pada prinsipnya ada enam *stakeholders* dalam bisnis, yaitu:

a. Pemilik, yaitu orang-orang atau individu yang menciptakan atau merencanakan bisnis atau mengorganisasikan, mengelola dan menanggung resiko bisnis. Pemilik bisnis dapat disebut seorang wiraswasta (*entrepreneur*), yaitu orang yang mengorganisasi, mengelola, dan menganggung risiko yang dihadapi untuk memulai bisnis. Seorang yang berwiraswasta disebut juga wiraswastawan.
b. Kreditor, yaitu institusi keuangan (bank) atau individu yang memberikan pinjaman.
c. Karyawan, yaitu orang-orang yang mengelola bisnis (perusahaan) tersebut. Ada karyawan non-manajerial *skill* dan inilah yang dinamakan pekerja, dan adapula karyawan manajerial *skill*, yaitu manajer.
d. Pemasok, yaitu orang atau perusahaan yang menyuplai bahan baku.
e. Konsumen, yaitu mereka yang membutuhkan dan menginginkan produk atau jasa tersebut.

[25] Muhammad Husni Mubarok, *Manajemen Strategi* …hlm. 39-41.

f. Masyarakat (umah), yaitu orang-orang yang berhak menerima zakat dan shadaqah serta pemilik bisnis.[26]

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

a) Etika

Sering kali, istilah "etika" dan "moral" dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama, mempunyai arti yang sama.[27] Istilah Etika, secara teoritis dapat dibedakan dalam dua hal pengertian. Pertama, etika dalam bahasa Yunani *ethos* yang artinya kebiasaan (*custom*) atau tingkah laku (*character*). Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain. Kedua, secara terminologis etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Disini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.[28] Al-Ghazali menjelaskan pengertian etika adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan- perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran.[29]

---

[26] Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Pustaka Setia, Bandung, 2013), hlm. 267-268.

[27] Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*,(Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2009), hlm. 171.

[28] Faisal Badroen, et. al., *Etika Bisnis dalam Islam*,(Kencana, Jakarta, 2006), hlm. 4-5.

[29] Ali Hasan… hlm. 171.

b) Bisnis

Bisnis dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap harinya. Kata "Bisnis" berasal dari Bahasa Indonesia yang diserap dari kata "*Business*" dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit atau keuntungan. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.[30]

Bisnis adalah bagian dari kegiatan ekonomi yang berarti usaha. Bagian dari kegiatan ekonomi, bisnis merupakan aspek penting dalam kehidupan yang pasti semua orang mengenalnya, karena itu ada sebuah adigium, bisnis adalah bisnis. Jadi, bisnis merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan dalam produksi, menyalurkan, memasarkan barang dan jasa yang diperlukan olehmanusia, baik dengan cara berdagang maupun bentuk lain dan tidak hanya mengejar laba.[31]

c) Etika Bisnis Islami

Dalam membicarakan etika bisnis islami itu menyangkut "*Business Firm*" dan atau "*Business Person*", yang mempunyai arti bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

[30] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Alfabeta, Bandung, 2013), hlm. 28.
[31] Abdul Aziz… hlm. 31.

2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam

Etika dalam bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Dua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada. Yang membimbing, mengarahkan semua perilaku individu atau kelompok dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau aktivitas umat Islam. Maka etika bisnis dalam Islam menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan atau institusi masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam.

Firman Allah SWT:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ
تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS.An-Nisa:29).

Dalam berbisnis, Islam memberikan pedoman berupa norma-norma atau etika untuk menjalankan bisnis agar pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki rasa *responsibility* yang tinggi. Maka dengan adanya norma-norma atau etika spiritual yang tinngi, iman dan akhlak yang mulia, merupakan kekayaan yang tidak habis dan sebagai pusaka yang tidak akan pernah sirna.

3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Prasyarat untuk meraih keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip yang telah digariskan dalam Islam, antara lain:

a) Jujur dalam takaran (*quantity*)

Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan. Dalam bisnis, untuk membangun kerangka kepercayaan, seorang pedagang harus mampu berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain. Kejujuran ini harus direalisasian antara lain dalam praktik penggunaan timbangan yang tidak membedakan antara kepentingan pribadi (penjual) maupun orang lain (pembeli).

b) Menjual barang yang baik mutunya (*quality*).

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal, tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeseimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan dan memenuhi norma-norma dasar msyarakat, baik berupa hukum, maupun etika atau adat. Sikap semacam ini antara lain yang menghilangkan sumber keberkahan, karena merugikan atau menipu orang lain yang didalamnya terjadi eksploitasi hak-hak yang tidak dibenarkan dalam ajaran Islam.[32]

[32] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*: *Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*,(Penebar Plus, Jakarta, 2012), hlm. 35-36.

c) Dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*)

Sering kali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan obral sumpah. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya.

d) Longgar dan bermurah hati (*tatsamuh dan taraahum*)

Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini, seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Hal ini akan berdampak kepada seorang penjual yang mempunyai sikap ini akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli.

e) Membangun hubungan baik antar kolega (*interrelationship*).

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antar sesama pelaku dalam bisnis. Islam tidak mengakui dominasi para pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoli maupun bentuk-bentuk lain yang tidak sesuai dengan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan.[33]

f) Menetapkan harga dengan transparan.

Harga yang tidak transparan dia mengandung penipuan. Untuk itu, menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita

[33] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*… hlm. 37-38.

tetap ingin memperoleh keuntungan, namun hak pembeli harus tetap dihormati.[34]

4. Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam

Ajaran etika dalam Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, kepada sesama manusia dan lingkungan alam di sekitarnya, dan kepada Allah SWT selaku pencipta-Nya. Oleh karena itu, untuk dapat berbuat baik kepada semuanya itu, manusia di samping diberi kebebasan (*free will*), hendaknya ia memperhatikan keesaan Allah SWT (*tauhid*), prinsip keseimbangan (*tawazun=balance*) dan keadilan (*qist*). Di samping tanggung jawab (*responsibility*) yang akan diberikan kepada Allah SWT. Lima hal inilah yang berkaitan dengan aksioma yang terdiri dari prinsip-prinsip umum yang mengabungkan menjadi satu kesatuan yang terdiri atas hal-hal meliputi Keesaan (*tauhid*), Keseimbangan (*equilibrium*), Kehendak bebas (*free will*), Tanggung jawab (*responsibility*), dan Kebajikan (*Ihsan*).

Perangkat aksioma menguatkan prinsip dasar etika Islam yang sasarannya menghasikan suatu tatanan sosio-ekonomi yang padu, seimbang dan realistis. Pandangan ini diikhtisarkan dengan tepat oleh kelima aksioma sebagai berikut:

a. Kesatuan (*tauhid*)

Kesatuan sebagaimana yang terefleksikan dalam konsep tauhid yang mengabungkan keseluruhan aspek-aspek masyarakat muslim, baik dalam kehidupan ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta selalu mementingkan konsep konsistensi dan

[34] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*… hlm. 40.

keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini, maka Islam akan menawarkan perpaduan agama, ekonomi dan sosial demi membentuk kesatuan. Berdasarkan pandangan ini, maka etika dan bisnis menjadi satu, vertikal maupun horisontal, membentuk satu persamaan yang begitu penting dalam sistem Islam.[35]

b. Keseimbangan (*equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan usaha, Islam menganjurkan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada orang yang tidak disukai. Pada dataran ekonomi, konsep keseimbangan menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi serta produksi yang terbaik, dengan pemahaman yang jelas bahwa kebutuhan seluruh anggota masyarakat yang kurang beruntung dalam masyarakat Islam didahulukan atas sumber daya riil masyarakat. Tidak terciptanya keseimbangan sama halnya dengan terjadinya kedzaliman.[36]

Dengan demikian, Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin, antara hak penjual dan hak pembeli dan lain sebagainya. Artinya, hendaknya sumber daya ekonomi itu tidak hanya terakumulasi pada kalangan orang atau kelompok tertentu semata, karena jika hal ini terjadi berarti kekejaman yang berkembang di masyarakat[37].

---

[35] Abdul Aziz hlm. 45.
[36]Abdul Aziz…hlm. 46.
[37] Muhammad Djakfar,*etika bisnis*… hlm. 24.

c. Kehendak Bebas (*free will*)

Kebebasan merupakan salah satu dari bagian penting dalam memahami etika bisnis Islam, namun kebebasan ini tidak merugikan terhadap kepentingan kolektif. Kepentingan individu yang dibuka lebar. Tidak adanya batasan dari pendapatan bagi seseorang yang mendorong masyarakat untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan masyarakat untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tidak terbatas dan dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap orang terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.

d. Tanggung Jawab (*responsibility*)

Islam sangat menekankan pada konsep tanggung jawab, walaupun tidaklah berarti mengabaikan kebebasan individu. Ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kebebasan bertanggung jawab. Secara logis, prinsip ini adanya hubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menerapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh orang dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.

e. Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran dalan konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur, yaitu kebajikan dan kejujuran. Berdasarkan konteks bisnis ini, kebenaran ini dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh atas komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau memberikan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini, maka etika

bisnis islami, Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.[38]

C. Jual Beli (*Al-Bai*)

1. Pengertian Jual Beli (*Al-bai*)

Jual beli secara etimologi dapat diartikan sebagai pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain). Kata lain dari jual beli (*al-bai)* adalah *asy-syira", al-mubadah,* dan *at-tijarah.* Berkenaan dengan kata *at-tijarah*, dalam sebuah surat yaitu :

إِنَّ ٱلَّذِينَ يَتۡلُونَ كِتَٰبَ ٱللَّهِ وَأَقَامُواْ ٱلصَّلَوٰةَ وَأَنفَقُواْ مِمَّا رَزَقۡنَٰهُمۡ سِرّٗا وَعَلَانِيَةٗ يَرۡجُونَ تِجَٰرَةٗ لَّن تَبُورَ ٢٩

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi (QS. Fatir:29).

Jual beli menurut istilah (terminologi) yang dimaksud dengan jual beli adalah sebagai berikut.

a. Menukar barang dengan barang dan barang dengan uang dengan jalan merelakan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.[39]

b. Kepemilikan harta benda dengan jalan tukar-menukar harus sesuai dengan aturan syara.

---

[38] Abdul Aziz… hlm. 46-47.

[39] Ahmad Idris, *Fiqh al-Syafi"iyah* (Robani pres, Jakrta,1996). hlm. 5.

c. Saling tukar harta, baik menerima maupun memberi, dapat dikelola (*tasharruf*), dengan cara yang sesuai dengan syara yaitu *ijab* dan *qabul*

d. Tukar menukar harta dengan harta lain dengan cara yang khusus (dibolehkan).[40]

e. Penukaran harta dengan harta lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan.

f. Akad yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka jadilah penukaran hak milik secara tetap.[41]

Dari beberapa difinisi di atas dapat dipahami bahwa inti jual beli ialah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela dianatara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan Syara‟ dan disepakati.[42]

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sudah dikenal masyarakat sejak dahulu yaitu sejak zaman para Nabi. Sejak zaman itu jual beli dijadikan kebiasaan atau tradisi oleh masyarakat hingga saat ini. Adapun dasar hukum yang disyari‟atkannya jual beli dalam Islam yaitu:

[40] Nawawi, *Jual Beli dalam Islam,* (Rajawali pers, Yogyakrta 1996), hlm. 130.
[41] Hasbi Ash-Shiddiqie, (peng. *Fiqh Muamalah* salemba empat, Jakarta,2011), hlm. 97.
[42] Hendi suhendi, (*fiqih Muamalah,*Jakarta; Rajawali Pres, 2013) hlm. 68.

a) Al-Quran

Manusia hidup di dunia secara individu mempunyai kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi, baik itu berupa sandang, pangan papan dan lain sebagainya. Kebutuhan seperti itu tidak pernah terputus dan tidak pernah terhenti selama manusia itu hidup. Oleh karena itu, tidak ada satu hal pun yang lebih sempurna dalam memenuhi kebutuhan itu selain dengan cara pertukaran, yaitu dimana seorang memberikan apa yang ia miliki untuk kemudian ia memperoleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai kebutuhan.

Jual beli ini adalah suatu perkara yang telah dikenal masyarakat sejak zaman dahulu yaitu sejak zaman para Nabi hingga saat ini. Dan Allah mensyariatkan jual beli ini sebagai pemberian keluangan dan keleluasaan dari-Nya untuk hamba-hamba-Nya sebaimana firman Allah SWT sebagai berikut:

ٱلَّذِينَ يَأْكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِى يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيْطَٰنُ مِنَ ٱلْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلْبَيْعُ مِثْلُ ٱلرِّبَوٰاْ ۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ ۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصْحَٰبُ ٱلنَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَٰلِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya:Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang

larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya (QS.Al-baqarah:275).

Maksud dari potongan ayat ini jelas menunjukkan bahwa Allah memperbolehkan orang melakukan jual beli, dan pada saat yang bersamaan Allah mengharamkan perbuatan *riba*.[43]

b) Hadits

Hadits tentang yang menerangkan jual beli memang banyak sekali, adapun salah satu hadits yang menerangkan tentang jual-beli:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ { أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ } رَوَاهُ الْبَزَّارُ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

Dari Rifa'ah bin Rafi' radhiyallahu 'anhu, bahwa Nabi shallallahu 'alaihi wasallam ditanya:"Apakah pekerjaan yang paling baik/afdhol?" Beliau menjawab:"Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri (hasil jerih payah sendiri), dan setiap jual beli yang mabrur. (Hadits riwayat al-Bazzar dan dishahihkan oleh al-Hakim *rahimahumallah*).[44]

c) Ijma

Para ulama *fiqih* dari dahulu sampai dengan sekarang telah sepakat bahwa jual beli itu boleh-boleh saja dilakukan, asal saja dalam jual beli tersebut telah terpenuhi rukun dan syarat yang diperlakukan untuk berjual beli dipenuhi.

Artinya: "Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya".[45]

---

[43] Sayyid Quthb, (*Tafsir Fi Zhilalil Qur"an,* Jilid II, Gema Insani, Jakarta 2001,) hlm 342.

[44] Al-Hafiz Ibn Hajar Al-Asqalani, *Bulug al-Maram Min Adillah al-Ahkam* (Surabaya:Darul'Ilmi,), hlm.158

[45] Fathurrahman Djamil, (Hukum Ekonomi Islam, *Sejarah Teori Dan Konsep,* Jakarta, Sinarrafika, 2013), hlm. 127.

Hukum yang pokok dari segala sesuatu adalah boleh, sehingga terdapat dalil yang mengharamkan.[46]

Kaidah 1 dan 2 yang telah diuraikan di atas dapat dijadikan dasar atau *hujjah* dalam menetapkan hukum berbagai masalah berkenaan dengan jual beli. Dari dasar hukum sebagaimana tersebut di atas bahwa jual beli itu adalah hukumnya *mubah*. Artinya jual beli itu diperbolehkan asal saja di dalam jual beli tersebut memenuhi ketentuan yang telah ditentukan di dalam jual beli dengan syarat-syarat yang disesuaikan dengan hukum Islam.

Kebutuhan manusia untuk mengadakan transaksi jual beli sangat urgen, dengan transaksi jual beli seseorang mampu untuk memiliki barang orang lain yang diinginkan tanpa melanggar batasan syari‟at. Oleh karena itu, praktek jual beli yang dilakukan manusia semenjak masa Rasulullah saw, hingga saat ini menunjukan bahwa umat telah sepakat akan disyariatkannya jual beli.[47]

Agama Islam melindungi hak manusia dalam pemilikan harta yang dimilikinya dan memberi jalan keluar untuk masing-masing manusia untuk memiliki harta orang lain dengan jalan yang telah ditentukan, sehingga dalam Islam prinsip perdagangan yang diatur adalah kesepakatan kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli. Sebagaimana yang telah digariskan oleh prinsip muamalah adalah sebagai berikut.

1. Prinsip Kerelaan

---

[46] Abdul Mujib, (*Kaidah-Kaidah Ilmu Fiqih,*Jakarta, kalam mulia, 2010) hlm. 25.

[47] Sayid Sabiq, (Fiqih Sunnah, alih bahasa oleh Kamaluddin A. Marzuki, *Terjemah Fiqih Sunnah,* Jilid III, Al Ma‟arif, Bandung, 1987), h. 46

2. Prinsip Bermanfaat
3. Prinsip Tolong Menolong
4. Prinsip Tidak Dilarang.[48]

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun dan syarat dalam praktek jual beli merupakan hal yang terangat penting. Sebab tanpa rukun dan syarat maka jual beli tersebut tidak sah hukumnya. Oleh karena itu Islam telah mengatur tentang rukun dan syarat jual beli itu, antara lain.

a) Rukun jual beli

Rukun dalam jual beli yang sah adalah jika sudah terpenuhi rukun dan syaratnya. Jual beli sah apabila telah memenuhi unsur-unsur yang menyebabkan sahnya jual beli terpenuhi. Adapun rukun yang dimaksud dapat dilihat dari pendapat ulama di bawah ini adalah:

1) Akad (*Ijab kabul*)

Ijab adalah peryataan yang disampaikan pertama oleh satu pihak yang disampaikan menunjukkan kerelaan, baik dinyatakan sipenjual, maupun sipembeli, sedangkan *Qabul* adalah pernyataan yang disebutkan kedua dari pembicaraan salah satu pihak yang melakukan akad. Dari pengertian *ijab* dan *qabul* yang dikemukakan oleh jumhur ulama dapat dipahami bahwa penentuan *ijab* dan *qabul* bukan dilihat dari siapa dahulu yang menyatakan, melainkan dari siapa yang memiliki dan siapa yang yang akan memiliki.

[48] H. M. Daud Ali,(*Asas-Asas Hukum Islam*, Rajawali Press, Jakarta, 1991), h.144

2) Orang yang berakad (penjual dan pembeli)

Penjual dan pembeli atau disebut juga *aqid* adalah orang yang melakukan akad.

3) *Ma¨qud „Alaih* (Objek akad)

Ma¨qud Alaih atau objek akad jual beli adalah barang yang dijual dan harga/uang.[49]

Jika suatu pekerjaan tidak terpenuhi rukun dan syaratnya maka pekerjaan itu akan batal karena tidak sesuai dengan ketentuan syara.

b) Syarat Jual Beli

Dari ketiga rukun jual beli yang telah penulis uraikan di atas masing-masing mempunyai persyaratan tersendiri, sebagai berikut:

1. *Al-Muta¨aqidain* (penjual dan pembeli)

Para ulama sepakat bahwa orang yang melakukan aqad jual beli (penjual dan pembeli) harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

a. Baligh

Baligh berarti sampai atau jelas, yakni anak-anak yang sudah sampai pada usia tertentu yang menjadi jelas baginya segala urusan atau persoalan yang dihadapi. Pikirannya telah mampu mempertimbangkan atau memperjelas mana yang baik dan mana yang buruk.[50]

[49] Racmhat Syafei, (*Jual beli Islam,*Arkolo, Surabaya 1994) hlm. 76
[50] Nasrun Haroen, *Fiqih muamalah,* Gaya Media Pratama, Jakarta 2000, hlm. 115

Jual beli yang dilakukan anak kecil yang belum berakal dan orang gila hukumnya tidak sah. Adapun anak kecil yang *mumayyiz*, menurut ulama Hanafiah, jika akad yang dilakukan membawa keuntungan bagi dirinya, maka akadnya sah.45 Jumhur ulama berpendapat bahwa orang yang melakukan akad jual beli harus baligh dan berakal, bila orang yang berakad itu belum baligh, maka jual belinya tidak sah, sekalipun mendapat izin dari walinya.[51]

b. Tidak pemboros

Bagi orang pemboros apabila dalam melakukan jual beli, maka jual belinya tidak sah. Sebab bagi orang yang pemboros itu suka menghambur-hamburkan hartanya. Dalam hal ini dinyatakan oleh Allah SWT dalam Firman-Nya:

وَكَمْ أَهْلَكْنَا مِنَ ٱلْقُرُونِ مِنۢ بَعْدِ نُوحٍ ۗ وَكَفَىٰ بِرَبِّكَ بِذُنُوبِ عِبَادِهِۦ خَبِيرًۢا بَصِيرًا ﴿١٧﴾

Artinya: Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (QS. Al-Israa‟ 17:27).

c. Dengan kehendak sendiri (bukan paksaan)

Artinya yaitu, prinsip jual beli adalah suka sama suka antara penjual dan pembeli, bila prinsip ini tidak tercapai jual beli itu tidak sah. Sebagai mana firman Allah:

[51] Ahmad Wardi Muslich,*Fiqih muamalah*, Pustaka Setia, Bandung 1997. h 188

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS An-Nisa (04):29).

Perkataan suka sama suka dalam ayat di atas menjadi dasar bahwa jual beli harus merupakan kehendak sendiri tanpa tipu daya dan paksaan.

D. Marketing Syariah

1. Pengertian Marketing Syariah

Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Sedangkan menurut Kertajaya dan Sula Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.[52] Definisi ini didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis Islam yang tertuang dalam kaidah fiqih yang mengatakan, *"Al-muslimuna „ala syurutihim illa syarthan harrama halalan aw ahalla haraman"* (kaum muslimin terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis

[52] Hermawan Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*. hlm. 09

yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram). Selain itu, kaidah fiqih lain mengatakan *“ Al-ashlu fil-muamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun „ala tahrimiha”* (pada dasarnya semua bentuk muamalah [bisnis] boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya).

Ini berarti bahwa dalam marketing syariah, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan. Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuaran zalim dalam berbisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran dan proses perubahan nilai dalam pemasaran. Sebagaimana firman Allah yang berbunyi:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعْجَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِۦ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ ٱلْخُلَطَآءِ لَيَبْغِى
بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَعَمِلُوا۟ ٱلصَّٰلِحَٰتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ
دَاوُۥدُ أَنَّمَا فَتَنَّٰهُ فَٱسْتَغْفَرَ رَبَّهُۥ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ۩ ﴿٢٤﴾

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 saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini".* (Q.S. Shaad: 24)

Menurut Yusuf Qhardawi syariah pemasaran adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan

penciptaan nilai (value creating activities) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.[53]

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Selain itu juga Islam memandang bahwa pemasaran sebagai jual beli yang harus dipajang dan ditunjukkan keistimewaan-keistimewaannya dan kelemahan-kelemahan dari barang tersebut agar pihak lain tertarik membelinya. Firman Allah SWT yaitu:

۞ إِنَّ ٱللَّهَ ٱشۡتَرَىٰ مِنَ ٱلۡمُؤۡمِنِينَ أَنفُسَهُمۡ وَأَمۡوَٰلَهُم بِأَنَّ لَهُمُ ٱلۡجَنَّةَۚ ١١١

Artinya:*Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka*.(QS.At-Taubah:111)

Dalam sebuah hadits juga disebutkan:

أَلاَ إِنَّ سِلْعَتَ الهِ غَالِيَتٌ، أَلاَ إِنَّ سِلْعَتَ اللهِ الجَنَّت

[53] Yusuf Qhardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terjemah Zainal Arifin , (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm11

Artinya:"*Ketahuilah bahwa surga adalah barang dagangan Allah, dan ketahuilah bahwa barang-barang dari surga mahal harganya.*" (HR. at-Tirmidzi).[54]

2. Manajemen Marketing Syariah

Manajemen marketing syariah adalah sebagai suatu ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai yang unggul kepada pelanggan dengan berorientasi pada ketentuan-ketentuan syariah.[55] Manajemen dalam organisasi bisnis (perusahaan) merupakan suatu proses aktivitas penentuan dan pencapaian tujuan bisnis melalui pelaksanaan empat fungsi dasar, yaitu POAC (*planning, organizing, actuating, dan controlling*) dalam penggunaan sumber daya organisasi.

Manajemen dari sudut syariah telah dikemukakan oleh Ahmad Ibrahim Abu Sinn dalam bukunya al idarah fi al Islam. Ia mengatakan bahwa standar manajemen syariah memiliki empat fungsi standar yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengawasan (*controlling*) serta pengarahan (*actuating*). Fungsi manajemen adalah menjalankan suatu roda organisasi, baik sosial, pemerintahan, business, perdagangan, perindustrian maupun kelompok-kelompok lainnya. Pada dasarnya fungsi manajemen tak dapat dipisahkan dalam menjalankan suatu organisasi. Perluasan fungsi manajemen tersebut dikarenakan bahwa manajemen tidak bisa lepas dari unsur-unsur perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan dilengkapi pengawasan yang memadai. Untuk menjalankan fungsi manajemen, didalamnya diperlukan struktur.

---

[54] Basyar Iwad Ma"ruf, *Jami"ul Kabir-Sunan Tirmidzi,* juz 04 (Beirut-Darul Gharab, 1998), hlm 214

[55] Didin Hafidhuddin & Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2003), hlm 10

Struktur ini menyangkut kinerja yang jelas sehingga manajemen berjalan dengan baik dan akan mendapatkan hasil yang optimal.

3. Strategi Marketing Syariah

Semua aktivitas kehidupan perlu dilakukan berdasarkan perencanaan yang baik. Islam agama yang memberikan sintesis dan rencana yang dapat direalisasikan melalui rangsangan dan bimbingan. Perencanaan tidak lain memanfaatkan "karunia Allah" secara sistematik untuk mencapai tujuan tertentu, dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat dan nilai kehidupan yang berubah-ubah. Dalam arti lebih luas, perencanaan menyangkut persiapan menyusun rancangan untuk setiap kegiatan ekonomi. Konsep modern tentang perencanaan, yang harus dipahami dalam arti terbatas, diakui dalam Islam. Karena perencanaan seperti itu mencakup pemanfaatan sumber yang disediakan oleh Allah *Subhanahu wa ta"ala* dengan sebaik-baiknya untuk kehidupan dan kesenangan manusia.

Meski belum diperoleh bukti adanya sesuatu pembahasan sistematik tentang masalah tersebut, namun berbagai perintah dalam Al-Quran dan Sunnah menegaskannya. Dalam al-Quran tercantum:

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ فِى ٱلْأَرْضِ وَٱبْتَغُواْ مِن فَضْلِ ٱللَّهِ وَٱذْكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya, "*Apabila telah ditunaikan sembahyang maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*"(QS. Al-Jumuah: 10)

Berdasarkan ayat ini dapat dijelaskan makna dalam kata “carilah karunia Allah” yang digunakan di dalamnya dimaksudkan untuk segala usaha halal yang melibatkan orang untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam strategi marketing organisasi bisnis perlu juga merumuskan suatu manajemen strategi untuk bisa mengedentifikasi kekuatan (*strength*) dan kekurangan (*weakness*) internal dan dibandingkan dengan peluang (*opportunity*) dan tantangan (*threath*) external, sehingga organisasi tersebut dapat membuat dan memilih strategi apa yang layak untuk digunakan.

Strategi marketing, menurut Thorik Gunara dan Utus Hardiyono, strategi marketing syariah terbagi atas tiga paradigma, yaitu :[56]

1. Syariah Marketing Strategy untuk memenangkan mind-share,
2. Syariah Marketing Tactic unutuk memenangkan market-share, dan
3. Syariah Marketing Value untuk memenangkan heart –share.

Strategi pertama yang harus dilakukan adalah mengeksplorasi pasar yaitu melihat besarnya ukuran pasar (*market size*), pertumbuhan pasar (*market growth*), keunggulan kompetitif (*competitive advantages*) dan situasi persaingan (*competitive situation*). Setelah menyusun strategi, kita harus menyusun taktik untuk memenangkan *market-share* yang disebut *Syariah Marketing Tactic*. Pertama-tama, setelah mempunyai positiong yang jelas di benak masyarakat, perusahaan harus membedakan diri dari perusahaan lain yang sejenis. Untuk itu diperlukan differensiasi sebagai core tactic dalam segi *content* (apa yang ditawarkan), *context*

[56] Thorik Gunara dan Utus Hardiyono, *Marketing Muhammad* (Bandung: Madnia Prima, 2002),hlm 93

(bagaimana menawarkannya) dan *infrastrukture* (yang mencakup karyawan, faslitas dan teknologi). Kemudian menerapkan differensiasi secara kreatif pada *marketing mix*. Karena itu *marketing-mix* disebut sebagai *creation tactic*. Walaupun begitu selling yang memegang peranan penting sebagai capture tactic juga harus diperhatikan karena merupakan elemen penting yang berhubungan dengan kegiatan transaksi dan langsung mampu menghasilkan pendapatan. Dalam *Syariah Marketing Value*, bahwa strategi dan taktik yang sudah dirancang dengan penuh perhitungan tidaklah berjalan dengan baik bila tidak disertai dengan value dari produk atau jasa yang ditawarkan. Pelanggan biasanya mementingkan manfaat atau value apa yang didapat jika ia diharuskan berkorban sekian rupiah. Untuk itu, membangun value preposition bagi produk atau jasa kita sangatlah penting.

Dalam Islam, bukanlah suatu larangan bila seorang hamba mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya. Namun dengan syarat, rencana itu tidak bertentangan dengan ajaran (syariat) Islam. Dilandaskan dalam surat yaitu:

أَمْ لِلْإِنسَٰنِ مَا تَمَنَّىٰ ﴿٢٤﴾ فَلِلَّهِ ٱلْءَاخِرَةُ وَٱلْأُولَىٰ ﴿٢٥﴾

Artinya*"Atau apakah manusia akan mendapat segala yang diciptakannya? Tidak, maka hanya bagi Allah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia."* (QS. An-Najm: 24-25)

Dari kedua ayat tersebut, bila dihubungkan dengan strategi pemasaran, kegiatan strategi (rencana) pemasaran merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran pemasaran seperti yang diharapkan untuk mencapai keberhasilan. Dan

sudah menjadi *sunnatullah* bahwa apa pun yang sudah kita rencanakan, berhasil atau tidaknya, ada pada ketentuan Tuhan (Allah).

4. Konsep dan Karekteristik Marketing Syariah

Pemasaran memainkan peran yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen, disamping pencapaian tujuan perusahaan. Dalam memenuhi tujuan ini, seorang pemasar muslim harus memastikan bahwa semua aspek kegiatan pemasaran, seperti perencanaan barang dan jasa, harga dan strategi distribusi, seperti halnya teknik promosi yang digunakan, haruslah sesuai dengan tuntunan al-Quran dan as-Sunnah.[57]

Berkaitan dengan marketing mix, maka penerapan dalam syariah akan merujuk pada konsep dasar kaidah fiqih yakni ”*Al-ashlu fil-muamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun ''ala tahrimiha*” (pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya). Berikut adalah *marketing mix* dalam perspektif syariah, yakni:

1. Produk (*product)*

   Ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk; 1) produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/ takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/ kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik, 2) produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal dan 3) dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.

[57] Hermawan Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* hlm 175

2. Harga (*price*)

Terhadap pelanggan, harga akan disajikan secara kompetitif. Dalam artian bahwa harga harus benar-benar kompetitif antara pebisnis satu dengan yang lainnya. Islam sependapat dengan penentuan harga yang kompetitif. Namun dalam menentukan harga tidak boleh menggunakan cara-cara yang merugikan pebisnis lainnya. Islam tentu memperbolehkan pedagang untuk mengambil keuntungan, karena hakekat dari berdagang adalah untuk mencari keuntungan. Namun, untuk mengambil keuntungan janganlah berlebih-lebihan.

3. Tempat (*place*)

Dalam menentukan *place* atau saluran distribusi, perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien. Sehingga pada intinya, dalam menentukan *marketing-mix* harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran.

4. Promosi (*promotion*)

Promosi dalam tinjauan syariah harus sesuai dengan sharia compliance yang merefleksikan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang terkait dengan produk harus diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi.

Didalam konsep *marketing mix* Islami bahwasannya dalam melakukan suatu pemasaran, baik barang maupun jasa, tidaklah bebas nilai. Sebagai seorang khalifah di muka bumi, manusia juga dituntut untuk menjaga kesejahteraan masyarakat secara umum, dengan berdagang

menggunakan cara yang halal dan di*ridho*i oleh Allah *Subhanahu wa ta"ala*.

Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo mengatakan bahwa dalam bisnis Islami sangat mengedepankan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual pembeli, sampai dari Allah SWT. Dengan demikian, aktivitas pemasaran harus didasari pada etika dalam pemasarannya. Beberapa kiat dan etika Rasulullah SAW dalam membangun citra dagangannya adalah:[58]

a. Penampilan dagang Rasulullah SAW adalah tidak membohongi pelanggan, baik menyangkut besaran (kuantitas) maupun kualitas.
b. Pelayanan Pelanggan yang tidak sanggup membayar kontan hendaknya diberi tempo untuk melunasinya, selanjutnya pengampunan (bila memungkinkan) hendaknya diberikan jika ia benar dan sanggup membayarnya.
c. Persuasi Menjauhi sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang.
d. Pemasaran. Hanya dengan kesepakatan bersama. Dengan suatu usulan dan penerimaan, penjualan akan sempurna.

Syariah Marketing merupakan solusi terhadap kebutuhan pasar yang memimpikan penerapan bisnis yang sesuai dengan nilai dan kaidah agama. Ada empat hal yang menjadi Key Success Factors (KSF) dalam mengelola suatu bisnis, agar mendapat celupan nilai-nilai moral yang tinggi, yaitu:

a. *Shiddiq* (benar dan jujur), jika seorang pemimpin senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kepemimpinannya haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya.

[58] Thorik Gunar dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, hlm 72

b. *Amanah* (terpercaya, kredibel) artinya, dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel, juga bermakna keinginan untuk untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Diantara nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah amanah.

c. *Fathanah* (cerdas), dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pemimpin yang fathanah adalah pemimpin yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.

d. *Thabligh* (komunikatif), artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat ini akan menyampaikannya dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat (bi al-hikmah). Berbicara dengan orang lain dengan sesuatu yang mudah dipahaminya, berdiskusi dan melakukan presentasi bisnis dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga orang tersebut mudah memahami pesan bisnis yang ingin kita sampaikan.

Kartajaya dan Sula menyatakan bahwa ada empat karakteristik syariah marketing yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar diantaranya:[59]

a. Teistis (rabbaniyyah): jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah yang paling adil, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan. Jadi seorang pemasar syariah memiliki orientasi *maslahah*, sehingga tidak hanya mencari keuntungan

[59] Infosky, "Kunci sukses Bisnis", dalam http:*//infosky.wordpress.com/2008/04/11/ Kunci-sukses-bisnis/* (11 Maret 2013)

namun diimbangi pula dengan keberkahan didalamnya. Allah berfirman:

فَمَن يَعۡمَلۡ مِثۡقَالَ ذَرَّةٍ خَيۡرٗا يَرَهُۥ ٧ وَمَن يَعۡمَلۡ مِثۡقَالَ ذَرَّةٖ شَرّٗا يَرَهُۥ ٨

Artinya:*Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.* (Al-Zalzalah: 7-8)

b. Etis (*akhlaqiyyah*): Keistimewaan lain dari syariah marketer adalah ia sangat mengedepankan masalah akhlak (moral dan etika) dalam seluruh aspek kegiatannya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.

c. Realistis (*al-waqiyyah*): Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah Islamiyah yang melandasinya. Pemasar syariah adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.

d. Humanistis (*insaniyyah*): Keistimewaan syariat Islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan dan status. Hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariah humanistis universal.

BAB III

GAMBARAN UMUM INDOMARET DAN 212 MART KELURAHAN PENGANTUNGAN

A. Gambaran Umum Kelurahan Pengantungan

1. Sejarah dan Letak Geografis Kelurahan Pengantungan

Kelurahan Pengantungan merupakan kelurahan yang berada di kecamatan Ratu Samban kota Bengkulu. Dalam sejarahnya dari kelurahan pengantungan ini sudah ada dari zaman Belanda dengan nama penggantungan yang menjadikan kelurahan pengantungan ini sebagai pusat kota yang ada sejak lama. Dari sejak dahulu penduduk kelurahan pengantungan ini merupakan penduduk asli dan orang yang mendiami kelurahan pengantungan sangat sedikit, namun pada sekarang ini penduduk didominasi oleh orang minang yang mendiami dikelurahan pengantungan.

Jarak dari kelurahan pengantungan dengan pusat kota memang tidak begitu jauh, namun kelurahan pengantungan merupakan kelurahan dengan luas wilayahnya mencapai 27,5 ha dengan letak geografis dengan batas-batas wilayah berikut ini:[60]

a. Sebelah Barat dengan kelurahan Sukamerindu
b. Sebelah Utara dengan kelurahan Belakang Pondok
c. Sebelah Timur dengan kelurahan Kebun Dahri
d. Sebelah Selatan dengan kelurahan Bajak

[60] Sumber: Profil Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban, 2017

2. Keadaan Penduduk Dan Mata Pencaharian

Pada masa lampau penduduk di kelurahan pengantungan merupakan penduduk asli dikelurahan ini dan penghuninya sangat sedikit, namun pada masa sekarang penduduk didominasi oleh penduduk dari minang yang sebesar 85% penduduk campur sekitar 10% dan penduduk asli sekitar 5%.[61] Kelurahan pengantungan merupakan kelurahan yang sudah lama berdiri sejak zaman Belanda, wilayah ini mempunyai penduduk sebanyak 3002 jiwa yang terdiri dari laki-laki sekitar 1582 dan perempuan yang sekitar 1328 dengan jumlsh KK 772.

Dari segi mata pencaharian masyarakat dikelurahan pengantungan mayoritas sebagai pedagang dan sisanya mata pencaharian lainnya. Untuk data dari mata pencaharian penulis mendapatkan data-data berikut ini: [62]

Tabel II

Penduduk Menurut Mata Pencaharian

No	Mata pencarian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Pedagang/pengusaha	179	180	359
2	Pedagang kecil/keliling	73	50	123
3	PNS	22	24	46
4	Pegawai Swasta	73	31	104
5	Pensiunan	36	5	41
6	TNI/POLRI	3	4	7
7	Buruh harian	8	23	31
8	Pertukangan/Jasa	80	12	92
9	Lain-lain	2	7	9

Sumber: Kepala Kelurahan Pengantungan, Kota Bengkulu.

[61] Pak Prapto, Tokoh Masyarakat kelurahan pengantungan, wawancara, 22 januari 2019
[62] Sumber: Profil Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban, 2017

Dari data diatas bahwa masyarakat di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu mayoritas berprofesi sebagai pedagang.

3. Keadaan Sosial Masyarakat Kelurahan Pengantungan

Keadaan sosial masyarakat merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya, karena kondisi sosial masyarakat di Kelurahan Pengantungan ini sangat erat walaupun mereka berbeda suku, ras ataupun budaya contoh dalam kasus kebakaran yang terjadi dalam beberapa waktu yang lalu masyarakat sekitar secara sukarela membantu korban kebakaran baik secara pribadi maupun kelompok.

Adapun program-program yang ada dikelurahan pengantungan antara lain pembinaan karang taruna menjadi MC yang diadakan 4 kali dalam sebulan dengan bertujuan untuk mencari regenerasi anak-anak muda yang ada di kelurahan Pengantungan.[63]

Sampai dengan tahun 2017, kelurahan pengantungan ini hanya memiliki satu bidan dan satu puskesmas. Sedangkan jarak RSUD M.Yunus berjarak 6 km dari kelurahan. Dari jumlah warga yang sakit pertahun mencapai 1102 orang.[64]

4. Latar Belakang Keagamaan Masyarakat

Agama sangat bermanfaat bagi kehidupan umat manusia. Agama menjadi pemandu dalam upaya mewujudkan suatu kehidupan yang bermakna, damai dan bermatabat. Betapa pengaruh dari peran agama bagi kehidupan masyarakat saat ini maka, internalisasi nilai-nilai agama dalam

[63] Pak Prapto, Tokoh Masyarakat kelurahan pengantungan, wawancara, 22 januari 2019
[64] Sumber: Profil Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban, 2017

kehidupan setiap pribadi menjadi sebuah kepercayaan yang pasti ditempuh oleh manusia.[65]

Di Kelurahan Pengantungan ini banyak yang menganut beberapa agama hal ini disebabkan masyarakat yang berbeda suku dan budaya. Sehingga ada beberapa macam agama yang dianut oleh masyarakat di Kelurahan Pengantungan seperti agama Islam, Protestan dan Katolik. Hal tersebut tidak membuat masyarakat Kelurahan Pengantungan tidak kompak atau berselisih tetapi mereka saling bertolerasni terhadap agama yang lain, tetapi agama Islamlah yang dominan di masyarakat Kelurahan Pengantungan. Sebagaimana dapat dilihat pada tabel dibawah ini:[66]

Tabel III

Penduduk Berdasarkan Latar Belakang Agama

No	Agama	Jumlah
1.	Islam	2910
2.	Kristen	32
3.	Katolik	23
4.	Budha	20
5.	Hindu	6

[65] https ://www.google.co.id/search=latar belakang agama... diunduh 21.00 wib, 19-01-18

[66] Eka Agus Mulyadi, Tokoh Masyarakat Kelurahan Pengantungan, wawancara 22 Januari 2019

B. Sejarah Dan Visi Misi Indomaret

Indomaret merupakan minimarket yang menjual kebutuhan rumah tangga dengan luas kurang dari 200 M. Dikelola oleh PT Indomarco Primastama, cikal bakal pembukaaan Indomaret di Kalimantan dan toko pertama dibuka di ancol, Jakarta Utara. Tahun 1997 perusahaan menjalankan bisnis ritel pertama kali di Indonesia, sesudah Indomaret mempunyai cabang lebih dari 230 gerai. Bulan Mei 2003 Indomaret berhasil mendapatkan penghargaan "Perusahaan Waralaba 2003" dari presiden Megawati Soekarnoputri. Hingga Juli 2009 Indomaret mencapai 3531 gerai. Dari total cabang itu sebanyak 1998 gerai adalah milik perusahaan Indomaret dan sisanya yang berjumlah 1533 gerai ritel milik masyarakat, yang berada di kota-kota besar seperti di Jabodetabek, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Yogyakarta, Bali dan Lampung.[67]

Indomaret sangat mudah dicari didaerah-daerah terdekat karena lokasi gerai ini sesuai dengan motto "mudah dan hemat". Lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan nonmakanan tersedia dengan harga bersaing, memenuhi hampir semua kebutuhan konsumen sehari-hari. Indomaret memiliki 12 pusat distribusi, yang mempunyai teknologi mutakhir, bisnis Indomaret merupakan bisnis yang sangat menjanjikan. Keberadaan Indomaret diperkuat oleh antar perusahaan di bawah bendera grup INTRACO, yaitu Indogrosir, BSD Plaza dan Charmant.

Indomaret telah membuka cabang di Propinsi Bengkulu dalam beberapa tahun terakhir. Saat ini sudah lebih dari 20 ribu gerai Indomaret se-Indonesia. Adapun beberapa gerai yang ada di kota Bengkulu. Seperti jalan

[67] https://id.m.wikipedia.org/search= sejarah Indomaret…..diunduh 20.00 wib. 13-2-2019

Raflesia, Jalan Semangka, Jalan Belimbing, Jalan Salak, Jalan Danau, Jalan Sidomulyo, Jalan Kapten Tendean, Jalan Soeprapto, Jalan M.T Haryono dan masih banyak gerai Indomaret yang berada di kota Bengkulu.

Visi merupakan suatu keyakinan tentang perusahaan, maksud perusahaan dan apa yang dilakukan usaha berbasis ritel dengan tujuan yang dimiliki oleh usaha tersebut. Visi sangat berpengaruh hal dalam mencapai perusahaan untuk menjamin kesejahteraan dan kemakmuran dalam waktu jangka panjang. Adapun Misi merupakan pernyataan dari tujuan yang harus dikerjakan oleh perusahaan dalam usahanya mengembangkan Visi. Jadi misi adalah keyakinan yang nyata buat dituju dan dapat pula petunjuk garis mengembangkan cita-cita dari pencapai visi.[68]

Adapun yang menjadi Visi dan Misi dari minimarket Indomaret yaitu: menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global. Sedangkan Misi minimarket Indomaret yaitu: meningkatkan pelayanan terbaik sehingga kepuasan pelanggang menjadi sasaran utama yang harus dapat dipenuhi. Visi dan Misi perusahaan ini sesuai dengan motto dari Indomaret yaitu: "Mudah dan Hemat". Selanjutnya yang menjadi budaya perusahaan yakni dalam bekerja kami menjunjung tinggi nilai-nilai: kejujuran, kebenaran, dan keadilan, kerjasama tim, kemajuan melalui inovasi yang ekonomis dan kepuasan pelanggang.

[68]https://id.m.wikipedia.org/search= sejarah Indomaret…..diunduh 20.00 wib. 13-2-2019

C. Sejarah Dan Visi Misi 212 Mart

Berawal dari aksi 212 pada Desember 2016, Gerakan Nasional Pengawal Fatwa (GNPF) Majelis Ulama Indonesia (MUI) menggagas pembentukan Koperasi Syariah 212 yang kemudian meluncurkan secara resmi pendaftaran massal melalui saluran online pada tanggal 20 Januari 2017 di Sentul Bogor. Koperasi Syariah 212 tersebut telah resmi berdiri sejak 24 Januari 2017 berdasarkan keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah nomor 003136/BH/M.KUKM.2/I/2017 dan akta No.02 tanggal 10 Januari 2017, yang dibuat dan disampaikan oleh Notaris SURJADI, SH., Mkn., MM serta diterima pada 19 Januari 2017.[69]

212 Mart sebagai produk dari Koperasi Syariah 212 secara resmi diluncurkan pertama kali pada tanggal 10 Mei 2017 dengan gerai pertama beralamat di JL. KH. Abdullah Bin Nuh, Ruko No. 80 Taman Yasmin Sektor VI, Bogor. Direktur Esekutif Koperasi Syariah 212 Ahmad Juwaini pada saat peresmian gerai ke-68 di Cimanggis Depok, menyampaikan target untuk menambah jumlah gerai 212 Mart hingga mencapai 120 gerai di tahun 2018. Sementara minimarket 212 Mart Bengkulu berdiri pertama kali pada tanggal 6 April 2018 yang diresmikan oleh plt gubernur Bengkulu Rohidin Mersya gerai koperasi syariah 212 Mart.[70]

Sama seperti dengan usaha ritel lainnya visi dan misi dari 212 Mart yang merupakan dari produk koperasi syariah 212 adalah mampu menjadi 5 besar koperasi di Indonesia dari sisi jumlah anggota, penghimpunan danan

[69] https://id.m.wikipedia.org/search= sejarah 212 Mart…diunduh 13.00wib. 10-1-2017

[70] https://pedomanbengkulu.com/search sejarah 212 Mart kota Bengkulu…diunduh 19-2-2018

tabungan, jaringan, dan kekuatan investasi pada sektor-sektor produktif pilihan pada tahun 2025.[71]

Adapun misi dari 212 Mart adalah mengoptimalkan segenap potensi ekonomi umat baik secara daya beli, produksi, distribusi, pemupukan modal serta investasi dalam sektor produktif pilihan yang dijalankan secara berjamaah, professional dan amanah yang mampu mendatangkan kesejahteraan pada tataran individu/keluarga serta mewujudkan izzah (kemuliaan) pada tataran keumatan.

D. Produk-Produk Indomaret Dan 212 Mart

Produk-produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persaingan usaha dimana berdasarkan hasil observasi produk-produk yang dijual di Indomaret maupun 212 Mart hampir sama dengan minimarket maupun warung-warung kecil lainnya namun tidak semua produk-produk yang ada di Indomaret tidak bisa dijual di 212 Mart dikarenakan minimarket 212 Mart tidak menjual produk-produk yang tidak sesuai dengan anjuran islam.[72]

Minimarket Indomaret dan 212 Mart mempunyai produk-produk yang dibuat oleh pabrik sendiri baik produk makanan maupun minuman serta produk-produk lainnya. Berikut contoh gambar produk buatan Indomaret Maupun 212 Mart.

[71] https://koperasisyariah212.co.id/search visi dan misi 212 Mart… diunduh 18-2-2018

[72]Berdasarkan hasil observasi di Indomaret dan 212 Mart Kelurahan Pengantungan tanggal 17 Januari 2019

Gambar I.

Produk-Produk di Indomaret dan 212 Mart

Namun penulis telah mengutip potongan wawancara terhadap pemilik usaha Indomaret maupun 212 Mart. Menurut Pak Simbuldin mengatakan bahwa kami menyediakan produk umkm dari Bengkulu maupun dari luar kota Bengkulu.[73] Menurut Joni Pradipta mengatakan bahwa selain dari

[73]Simbuldin, *general manajer 212 Mart kota Bengkulu*, wawancara 16 Januari 2019

menjual produk yang sama kami juga menjual produk-produk dari buatan sendiri.[74]

[74]Joni Pradipta, *perwakilan manajer Indomaret kota Bengkulu*, wawancara 17 januari 2019

BAB IV

BENTUK PERSAINGAN USAHA DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH

A. Bentuk Persaingan Usaha Indomaret dan Minimarket 212 Mart di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu

Persaingan usaha antara Indomaret dan minimarket 212 Mart dari sudut pandang pemilik usaha adalah persaingan yang biasa saja, dari segi konsumen memang sangat berpengaruh terhadap persaingan itu sendiri. Dimana setiap pemilik usaha minimarket itu mempunyai pelangan masing-masing. Tidak hanya konsumen, adapun yang mempengaruhi dari persaingan usaha meliputi produk, harga, pelayanan, dan suasana/tempat yang terjadi di Indomaret dan 212 mart di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu.

1. Produk

Produk merupakan elemen penting dari persaingan usaha, setiap pemilik usaha harus memperhatikan sistem pengadaan barang/produk yang spesifikasinya harus sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga menjadi pembeda dengan pesaing yang lain.

Menurut pak Simbuldin selaku manajer 212 Mart sistem pengadaan barang/produk kami hampir sama dengan minimarket lain namun kami juga menyediakan produk-produk umkm dari daerah Bengkulu dan juga kami menyediakan juga produk-produk islami sehingga menjadi pembeda dengan pesaing yang sesama dengan minimarket lainnya. Namun kami juga mengalami kendala dan hambatan

terhadap pengadaan barang/produk dari pihak distributor yang selalu terlambat pada saat kami membutuhkan stok baarang tersebut.[75]

Menurut Joni Pradipta selaku perwakilan manajer Indomaret mengtakan sistem pengadaan barang/produk kami memulai dari pemesanan barang/produk terlebih dahulu kemudian kami menyeleksi juga produk-produk maupun kualitas produk itu sendiri dan juga kami menyimpankan barang. Namun selain produk yang dijual sama dengan minimarket lainnya, kami juga ada produk-produk dari pabrik tersendiri yang kami jual di Indomaret ini. Namun kami juga mengalami kendala dan hambatan dari pihak distributor yang selalu terlambat dalam melakukan pengiriman barang.[76]

Sebagaimana dengan pendapat pemilik usaha Indomaret dan minimarket 212 Mart maka penulis akan memaparkan produk yang dijual oleh kedua minimarket tersebut.[77]

Tabel IV
Data Produk Yang di Jual Indomaret dan 212 Mart

No	Produk	Indomaret	212 Mart
1.	Produk Minuman	ADA	ADA
2.	Produk Makanan	ADA	ADA
3.	Kosmetik	ADA	ADA
4.	Makanan Bayi	ADA	ADA
5.	Rokok	ADA	TIDAK ADA
6.	Produk Islami	TIDAK ADA	ADA
7.	Produk UMKM	TIDAK ADA	ADA
8.	Buatan Sendiri	ADA	ADA
9.	Alat Tulis	ADA	ADA
10.	Obat-Obatan	ADA	ADA

[75] Simbuldin, *general manajer 212 Mart kota Bengkulu*, wawancara 16 Januari 2019

[76] Joni Pradipta, *perwakilan manajer Indomaret kota Bengkulu*, wawancara 17 januari 2019

[77] Berdasarkan hasil observasi di Indomaret dan 212 Mart Kelurahan Pengantungan tanggal 17 Januari 2019

Berdasarkan data dari produk yang ada di Indomaret dan 212 Mart adapun produk yang tidak bisa dijual di 212 Mart adalah rokok, karena minimarket ini tidak menjual produk-produk yang dilarang dalam islam, sementara produk islami dan produk UMKM tidak dijual di Indomaret hanya ada dijual di 212 Mart. Keunggulan produk islami yang dijual di 212 Mart karena banyak masyarakat yang mencari dan memakai produk-produk islami yang sesuai dengan manfaatnya.

Tidak hanya sistem pengadaan barang/produk, namun kualitas produk yang diperjualbelikan kepada konsumen yang pernah berbelanja di Indomaret dan 212 Mart, maka penulis sudah mewawancarai pendapat dari konsumen yang pernah berbelanja di Indomaret dan 212 Mart Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu.

Menururt ibu Ana mengatakan saya hanya berbelanja di Indomaret dan belum mengetahui minimarket 212 Mart bahkan belum berbelanja di 212 Mart, namun saya berbelanja di Indomaret sekali hanya membeli keperluan anak-anak dan keperluan rumah tangga seperti sembako, kualitas produknya hampir sama dengan yang ada di warung-warung lainnya.

Sedangkan dengan ibu Ria mengatakan saya berbelanja di Indomaret dan saya tau minimarket 212 Mart namun saya belum pernah berbelanja 212 Mart. Saya berbelanja di Indomaret hanya untuk membeli

keperluan anak saja seperti jajanan anak-anak, kualitas produknya sangat terjangkau.[78]

Hal ini senada dengan ibu Santi dan ibu Mira mereka pernah berbelanja di Indomaret dan mereka belum pernah berbelanja di 212 Mart. Mereka hanya berbelanja di Indomaret untuk membeli keperluan sehari-hari dan kosmetik, namun kualitas produknya bagus dan ada yang sama dengan warung-warung dan minimarket lainnya.[79]

Menurut pak Anton mengatakan saya pernah berbelanja minimarket 212 Mart dikarenakan ada teman saya yang pernah berbelanja disitu. saya membeli minuman, cemilan kopi, cemilan untuk sehari-hari, namun kualitas produkya sama-sama bagus.[80]

Menurut pak Sapriadi mengatakan saya sering sekali berbelanja hanya untuk menemani istri saya berbelanja di 212 Mart. di 212 Mart istri saya membeli keperluan kelengkapan rumah tangga saja dan saya berbelanja cemilan untuk sehari-hari. Kualitas produknya hampir sama denga warung-warung lainnya.[81]

Menurut Ibu Isil mengatakan saya pernah berbelanja di Indomaret namun saya belum mengetahui minimarket 212 Mart. Saya berbelanja supaya anak saya mendapatkan nilai dikarenakan itu merupakan program wajib sekolah namun saya hanya berbelanja minyak goreng dan jajanan anak saja, kualitas produknya sangat bagus.

[78] Ibu Ana dan Ibu Ria warga kelurahan Pengantungan, wawancara 18 Januari 2019
[79] Ibu Santi dan Ibu Mira warga kelurahan Pengantungan, wawancara 18 Januari 2019
[80] Pak Anton warga Kelurahan Pengantungan, wawancara 18 Januari 2019
[81] Pak Sapriadi warga kelurahan Pengantungan, wawancara 18 Januari 2019

Hal senada yang dikatakan dengan ibu Desi mengatakan hal yang sama bahwa saya berbelanja di Indomaret dikarenakan merupakan program wajib dari sekolah namun saya berbelanja keperluan anak saja, kualitas produknya sangat bagus.[82]

Menurut Pak Nopa mengatakan bahwa saya berbelanja di 212 Mart dan tidak pernah berbelanja di Indomaret. Saya berbelanja di 212 Mart pas pembukaan di hari pertama dan saya membeli capucino itupun hanya sekali, namun kualitas produknya ada yang sama di warung-warung kecil lainnya.[83]

Menurut pak Nazaruddin mengatakan saya berbelanja di Indomaret dan saya tidak tau minimarket 212 Mart. Saya hanya sesekali berbelanja di Indomaret untuk membeli rokok saja. Kualitas produknya sangat bagus.[84]

Menurut ibu Susilawati mengatakan saya pernah berbelanja di Indomaret, saya hanya berbelanja produk-produk kosmetik dan jajanan anak selain berbelanja saya juga membayar tagihan-tagihan lainnya di Indomaret, kualitas produk Indomaret sama-sama bagus.[85]

Menurut ibu Dewi mengatakan bahwa saya pernah berbelanja di Indomaret dan 212 Mart. Namun hanya saja saya lebih menyukai Indomaret dikarenakan produk-produknya sangat lengkap salah satunya membeli keperluan sehari-hari saja dan saya bisa membayar tagihan-

[82] Ibu Isil dan Ibu Dewi warga kelurahan Pengantungan, wawancara 22 Januari 2019
[83] Pak Nopa warga kelurahan Pengantungan, wawancara 22 Januari 2019
[84] Pak Nazaruddin warga kelurahan Pengantungan, wawancara 22 Januari 2019
[85] Ibu Susilawati warga kelurahan Pengantungan, wawancara 23 Januari 2019

tagihan lainnya di Indomaret, kualitas produk di kedua minimarket ini sangat lengkap dan sesuai yang dibutuhkan oleh konsumen.[86]

Menurut Jamaris mengatakan saya pernah berbelanja di Indomaret dan saya pernah mendengar minimarket 212 Mart dari orang-orang yang pernah berbelanja disana, kadang-kadang saya juga berbelanja ditemani oleh istri saya dan saya berbelanja keperluan sehari-hari, kualitas produknya sesuai dengan yang dinginkan oleh konsumen.[87]

Menurut Tomo mengatakan saya pernah berbelanja di Indomaret dan saya belum pernah berbelanja di 212 Mart, saya pernah berbelanja keperluan sehari-hari, minuman, cemilan. Kualitas produknya sangat bagus.[88]

Menurut ibu Srianti mengatakan saya pernah berbelanja di Indomaret dan saya pernah mendengar minimarket 212 Mart. Saya hanya sesekali berbelanja di Indomaret itupun hanya untuk membeli keperluan anak saja. Kualitas produknya hampir sama dengan warung-warung lainnya.[89]

Berdasarkan hasil wawancara terkait dengan produk yang disampaikan oleh pemilik usaha maka hasilnya ada beberapa produk yang ada di Indomaret dan 212 Mart sama dengan warung-warung kecil lainnya. Ada hambatan dan kendala dari distributor yang selalu terlambat ketika pemilik usaha kehabisan stok produknya.

[86] Ibu Dewi warga kelurahan Pengantungan, wawancara 23 Januari 2019
[87] Jamaris warga kelurahan Pengantungan, wawancara 23 Januari 2019
[88] Tomo warga kelurahan Pengantungan, wawancara 23 Januari 2019
[89] Ibu Srianti warga kelurahan Pengantungan, wawancara 23 Januari 2019

Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen terkait dengan produk maka hasilnya hampir semua konsumen yang memilih berbelanja di Indomaret dan ada juga konsumen yang berbelanja di 212 Mart. Hampir semua konsumen membeli produk untuk keperluan sehari-hari dan keperluan anak-anak, dan dari kualitas produknya hampir semua konsumen mengatakan kualitas produknya sangat bagus dan ada juga beberapa konsumen juga mengatakan kualitas produknya hampir sama dengan warung-warung lainnya.

2. Harga

Selain produk, harga merupakan hal penting dalam persaingan usaha, setiap pemilik usaha harus memperhatikan sistem penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan permintaan konsumen, pemilik usaha tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.

Menurut pak Simbuldin mengatakan bahwa sistem penetapan harga memang dari perusahaan itu sendiri yang menetapkannya namun kami akan menyesuaikan penetapan harga produk kami dengan harga pasaran saat ini. Namun dari penetapan harga tersebut kami mengambil keuntungan yang cukup banyak yang sebagian keuntungannya akan kami sumbangkan ke lembaga-lembaga sosial yang berbasis islam dan sebagiannya untuk para anggota-anggota yang tergabung dalam koperasi 212 Mart.[90]

Menurut Joni Pradipta mengatakan bahwa sistem penetapan harga memang dari perusahaan itu sendiri yang menetapkannya, namun harga

[90] Simbuldin, *general manajer 212 Mart kota Bengkulu*, wawancara 16 Januari 2019

yang ditetapkan ini merata di seluruh cabang Indomaret yang ada di kota Bengkulu dan sudah sesuai dengan harga pasaran saat ini.[91] Namun dari penetapan harga tersebut kami mengambil keuntungan yang cukup banyak yang hampir keuntungannya untuk operasional perusahaan kami dan sebagian keuntungan kami ada menyumbangkan untuk lembaga-lembaga sosial.

Dari data wawancara yang berhasil didapatkan oleh penulis kepada pemilik usaha maka dapat diketahui bahwa sistem penetapan harga dari perusahaan yang menetapkan dan penetapan harga ini sesuai dengan harga pasaran saat ini. Maka penulis akan memaparkan tentang harga produk yang dijual di Indomaret dan minimarket 212 Mart berdasarkan tabel berikut ini:[92]

TABEL V

Harga Produk di Indomaret dan 212 Mart

No	Nama Produk	Indomaret	212 Mart
1.	Ultra Milk	Rp. 5.200	Rp. 4.500
2.	Nexstar	Rp. 3.000	Rp. 2.700
3.	Bimoli	Rp. 14.200	Rp.13.900
4.	Hexos	Rp. 2.000	Rp. 2.000
5.	Indomie	Rp. 12.000	Rp. 12.000
6.	Le Minerale	Rp. 3.900	Rp. 3.800
7.	Nabati	Rp. 5.000	Rp. 4.500
8.	Chitato	Rp. 12.000	Rp.12.000
9.	Milna	Rp. 30.200	Rp. 31.100
10.	Aqua	Rp. 3.000	Rp. 3.000

[91] Joni Pradipta, *perwakilan manajer Indomaret kota Bengkulu*, wawancara 17 januari 2019

[92] Berdasarkan hasil observasi di Indomaret dan 212 Mart kelurahan pengantungan, tanggal 17 januari 2019

Berdasarkan data harga produk yang ada di Indomaret dan 212 Mart maka penetapan harga dari beberapa produk yang ada di Indomaret memang sedikit lebih mahal dengan 212 Mart begitu sebaliknya, namun harga yang ditetapkan oleh Indomaret dan 212 Mart sudah sesuai yang disepakati oleh pemilik usaha dengan distributor.

Namun penulis sudah mewawancarai kepada para konsumen yang berbelanja di Indomaret dan 212 Mart mengenai dengan penetapan harga di kedua minimarket tersebut.

Menurut ibu Ana mengatakan bahwa penetapan harga yang ada di Indomaret sama dengan minimarket lainnya termasuk dengan 212 Mart terutama dengan harga sembako yang saya beli harganya sama saja.

Menurut ibu Ria mengatakan bahwa penetapan harga yang ada di Indomaret memang ada yang sebagian mahal dengan minimarket lainnya, namun saya pernah mendapati harganya tidak sesuai dengan yang dilabel.[93]

Hal senada dengan yang disampaikan kepada ibu Santi dan ibu Mira mengatakan di Indomaret memang ada sebagian yang mahal dengan minimarket lainnya, namun saya pernah mendapati harganya tidak sesuai dengan yang dilabel dan akan menimbulkan konflik dengan konsumen.[94]

Menurut pak Anton mengatakan bahwa penetapan harga di 212 Mart sama saja dengan minimarket dan warung-warung kecil. Namun dari

[93] Ibu Ana dan Ibu Ria warga kelurahan Pengantungan, wawancara 18 Januari 2019
[94] Ibu Santi dan Ibu Mira warga kelurahan Pengantungan, wawancara 18 Januari 2019

segi harga memang murah di 212 Mart karena harganya sudah sesuai yang ada dipasaran.[95]

Menurut pak Sapriadi mengatakan bahwa penetapan harga di 212 Mart memang murah karena harga yang di minimarket 212 Mart sudah sesuai dengan harga di pasaran.[96]

Menurut ibu Isil mengatakan bahwa harga yang ditetapkan di Indomaret memang ada yang murah dan ada yang mahal dibandingkan dengan pasaran dan sebagian harga produk yang saya beli harganya yang tidak sesuai dilabel .

Menurut ibu Desi mengatakan harga yang ditetapkan oleh di Indomaret memang sebagian produknya ada lebih mahal dibandingkan dengan yang dipasaran, namun jika ada promosi diskon sayapun langsung berbelanja produk di Indomaret.

Menurut pak Nopa mengatakan penetapan harga di 212 Mart memang sedikit lebih murah dibandingkan dengan Indomaret, namun di minimarket 212 Mart harga yang sudah sesuai dengan yang dipasaran saat ini.[97]

Menurut pak Nazaruddin mengatakan penetapan harga di Indomaret sangat tidak stabil kadang ada yang murah dan kadang ada yang mahal, namun saya terkadang menemukan harga yang tidak sesuai dilabel.

---

[95] Pak Anton warga Kelurahan Pengantungan, wawancara 18 Januari 2019
[96] Pak Sapriadi warga kelurahan Pengantungan, wawancara 18 Januari 2019
[97] Ibu Isil, Ibu Desi, Pak Nopa, Pak Nazaruddin warga kelurahan Pengantungan, wawancara 22 Januari 2019

Menurut ibu Susilawati mengatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh 212 Mart memang sedikit lebih mahal dibandingkan dengan harga dipasaran namun saya tidak mempermasalahkan dengan selisih dari harga pasaran tersebut dan sayapun tetap berbelanja di minimarket 212 Mart tersebut.[98]

Menurut ibu Dewi mengatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh Indomaret sedikit lebih mahal dibandingkan dengan 212 Mart namun saya tetap berbelanja di Indomaret dan 212 Mart.

Menurut Jamaris mengatakan bahwa penetapan harga di Indomaret memang ada sebagian produk yang lebih mahal dibandingkan dengan minimarket dan warung-warung lainnya namun pas ada diskon atau promo sayapun berbelanja beberapa produk yang harganya jauh lebih murah.[99]

Menurut Tomo mengatakan bahwa penetapan harga di Indomaret ada yang murah dan ada yang mahal dari pasaran, namun saya pernah menemukan harga yang tidak sesuai dilabel.

Hal senada juga disampaikan kepada ibu Srianti mengatakan bahwa harga di Indomaret memang ada yang murah dan ada yang mahal di pasaran, namun saya pernah menemukan harga yang tidak sesuai dengan dilabel.

Dari data hasil wawancara penulis kepada konsumen maka dapat diketahui bahwa harga yang ditetapkan di Indomaret memang ada

[98] Ibu Susilawati warga kelurahan Pengantungan, wawancara 23 Januari 2019

[99] Ibu Dewi, Tomo, Jamaris, dan Ibu Srianti warga kelurahan Pengantungan, wawancara 23 Januari 2019

sebagian produk yang mahal dibandingkan dengan minimarket 212 Mart, namun sebagian konsumen yang penulis wawancarai mengeluhkan dengan harga produk yang ada di Indomaret tidak sesuai dengan yang dicantumkan dilabel.

3. Pelayanan

Pelayanan menjadi hal penting dalam persaingan usaha, setiap pemilik usaha harus memperhatikan sumber daya manusia terutama para karyawan yang kerja diminimarket agar memberikan pelayanan dengan baik kepada konsumen. Maka penulis sudah mewawancarai pemilik usaha Indomaret dan 212 Mart kota Bengkulu mengenai sumber daya manusianya.

Menurut pak Simbuldin mengatakan bahwa sumber daya manusia yang dimiliki kami bisa dilihat dari seleksi penerimaan karyawan yang ahli dibidang masing-masing serta sikap mental para karyawan kemudian kami akan memberikan pelayanan dengan baik terus kami akan meningkatkan omset penjualan melakukan promosi serta sosialisasi ke kampus dan instansi pemerintahan.[100] Kalau segi tantangan persaingan usaha saat ini memang sangat ketat terlebih lagi dalam persaingan sesama minimarket. Kami tidak akan tinggal diam jika pemilik usaha lain melakukan praktek persaingan yang tidak sehat dan kami selalu berhati-hati dalam menjalankan usaha agar terhindar dari praktek monopoli dan persaingan yang tidak sehat. Kami cukup menyadari dengan adanya perkembangan teknologi yang terjadi saat ini.

[100] Simbuldin, *general manajer 212 Mart kota Bengkulu*, wawancara 16 Januari 2019

Menurut Joni Pradipta mengatakan bahwa sumber daya manusianya bisa dilihat dari seleksi penerimaan karyawannya yang ahli dibidangnya serta sikap mental para karyawannya bisa dilihat dari cara karyawan yang melayani konsumen dan konsumenya bisa menilai sendiri terhadap pelayanan yang kami berikan kemudian kami akan meningkatkan omset penjualan serta melakukan promosi setiap minggu bahkan setiap bulan ada promosi.[101] Kalau dari segi tantangan persaingan memang luar biasa sangat ketat terutama sesama minimarket terutama mereka akan berlomba-lomba untuk meningkatkan penjualan produk dan kualitas produk itu sendiri serta memasarkan produk andalan mereka agar tidak kalah saing dengan usaha minimarket lainnya. Memang setiap usaha pasti ada yang melakukan praktek persaingan yang tidak sehat dan kami akan selalu berhati-hati dalam melakukan usaha agar terhindar dari melakukan praktek seperti ini. Kami cukup menyadari terkait dengan perkeembangan teknologi yang terjadi saat ini.

Dari data wawancara yang berhasil didapatkan oleh penulis kepada pemilik usaha maka dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan kepada kedua minimarket tersebut bisa dilihat dari penerimaan karyawan yang ahli dibidangnya masing-masing dan sikap mental karyawannya yang melayani konsumennya. Namun penulis sudah mewawancarai konsumen terkait dengan pelayanan di minimarket Indomaret dan 212 Mart berdasarkan tabel di bawah ini:

[101] Joni Pradipta, *perwakilan manajer Indomaret kota Bengkulu*, wawancara 17 januari 2019

Tabel VI

Pendapat Konsumen Terhadap Pelayanan Indomaret dan 212 Mart

No	Nama Konsumen	Pendapat Konsumen Terhadap Kepuasan Pelayanan Indomaret dan 212 Mart
1	Ibu Ana	Indomaret saya kurang puas terhadap pelayanan
2	Ibu Ria	Indomaret saya kurang puas terhadap pelayanan
3	Ibu Santi	Indomaret saya puas terhadap pelayanan
4	Ibu Mira	Indomaret saya puas terhadap pelayanan
5	Pak Anton	212 Mart saya puas terhadap pelayanan
6	Pak Sapriadi	212 Mart saya puas terhadap pelayanan
7	Ibu Isil	Indomaret saya puas terhadap pelayanan
8	Ibu Desi	Indomaret saya kurang puas terhadap pelayanan
9	Pak Nopa	212 Mart saya puas terhadap pelayanan
10	Pak Nazaruddin	Indomaret saya puas terhadap pelayanan
11	Ibu Susilawati	Indomaret saya puas terhadap pelayanan
12	Ibu Dewi	Indomaret dan 212 Mart saya puas terhadap pelayanan
13	Tomo	Indomaret saya puas terhadap pelayana
14	Jamaris	Indomaret saya puas terhadap pelayanan
15	Ibu Srianti	Indomaret saya kurang puas terhadap pelayanan

Berdasarkan wawancara terhadap konsumen yang pernah berbelanja di Indomaret dan 212 Mart yang berbentuk tabel maka dapat diketahui bahwa pelayanan yang didapatkan kepada di Indomaret ada yang puas dan ada yang kurang puas sementara kalau 212 Mart banyak konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan tersebut.

4. Suasana/tempat

Suasana/tempat menjadi hal yang paling penting dalam menjalankan usaha terutama usaha minimarket, pemilik usaha minimarket selalu berlomba-lomba untuk menambah fasilitas dengan bertujuan untuk menarik konsumen. Maka peneliti sudah mendapatkan data melalui proses wawancara kepada pemilik usaha minimarket Indomaret dan 212 Mart kota Bengkulu.

Menurut pak Simbuldin mengatakan bahwa memang tidak terlalu besar dibandingkan dengan tempat lainnya, Cuma kami mempunyai slogan yaitu 3s (senyum, sapa, salam) serta kami mendengarkan lantunan ayat suci Al-qur'an. Namun kami akan tetap terus berusaha untuk menambah fasilitas yang lebih menarik agar konsumen tetap betah berbelanja di minimarket 212 Mart.[102]

Menurut Joni Pradipta mengatakan bahwa suasana/tempat memang kami lengkap, karena kami selalu memberikan suasana/tempat dengan fasilitas-fasilitas yang lengkap dengan bertujuan agar konsumen bisa merasakan puas terhadap fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada kami.[103]

Dari data wawancara yang berhasil penulis dapatkan kepada pemilik usaha dapat diketahui bahwa suasana/tempat yang diberikan di Indomaret dan 212 Mart memang cukup lengkap walaupun tempat minimarket 212 Mart tidak begitu besar dibandingkan dengan Indomaret

[102] Simbuldin, *general manajer 212 Mart kota Bengkulu*, wawancara 16 Januari 2019

[103] Joni Pradipta, *perwakilan manajer Indomaret kota Bengkulu*, wawancara 17 januari 2019

namun pemilik usaha Indomaret dan 212 Mart selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik agar konsumenya merasa puas.

Namun penulis telah mendapatkan hasil wawancara terhadap konsumen yang berbelanja di Indomaret dan 212 Mart terkait dengan suasana/tempat yang dimiliki oleh kedua minimarket tersebut yang penulis himpun dari tabel berikut ini:

Tabel VII

Pendapat Konsumen Terhadap Suasana/Tempat Terhadap Kedua Minimarket

No	Nama	Minimarket		Suasana/Tempat	
		Indomaret	212 Mart	Nyaman	Tidak nyaman
1	Ibu Ana	Indomaret		Nyaman	
2	Ibu Ria	Indomaret		Nyaman	
3	Ibu Santi	Indomaret		Nyaman	
4	Ibu Mira	Indomaret		Nyaman	
5	Pak Anton		212 Mart	Nyaman	
6	Pak Sapriadi		212 Mart	Nyaman	
7	Ibu Isil	Indomaret		Nyaman	
8	Ibu Desi	Indomaret		Nyaman	
9	Pak Nopa		212 Mart	Nyaman	
10	Pak Nazaruddin	Indomaret		Nyaman	
11	Ibu Susilawati	Indomaret		Nyaman	
12	Ibu Dewi	Indomaret	212 Mart	Nyaman	
13	Tomo	Indomaret		Nyaman	
14	Jamaris	Indomaret		Nyaman	
15	Ibu Sriani	Indomaret		Nyaman	

Berdasarkan wawancara penulis kepada konsumen yang pernah berbelanja di Indomaret dan 212 Mart yang penulis himpun dengan tabel maka dapat diketahui bahwa semua konsumen merasa nyaman berbelanja di Indomaret dan 212 Mart.

B. Analisa Terhadap Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Persaingan Usaha Antara Indomaret dan Minimarket 212 Mart di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil penelitian yang berada di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu, penulis memperoleh hasil penelitian dari berbagai sumber seperti berbagai buku yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu Persaingan Usaha yang meliputi bentuk, objek, dan faktor yang mempengaruhi adanya persaingan usaha, Dalam bentuk persaingan usaha tidak terpisahkan dari pihak-pihak pemilik usaha Indomaret dan 212 Mart begitupun juga dengan objek-objek dari persaingan usaha dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari persaingan usaha itu sendiri.

Dalam praktek yang terjadi dilapangan, peneliti sudah memaparkan hasil penelitian mengenai bentuk persaingan usaha antara Indomaret dan 212 Mart, berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik usaha peneliti mendapatkan data dari bentuk dalam melakukan persaingan dengan cara memberikan pelayanan yang baik, melakukan promosi penjualan serta meningkatkan omset penjualan dan menurut pemilik usaha tersebut mengatakan distributor selalu terhambat, kepercayaan masyarakat terhadap usaha serta faktor segi pelayananya, menurut pemilik usaha mengatakan kami akan selalu berhati-hati dalam menjalankan usaha ini agar terhindar dari yang

namanya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, dan perkembangan teknologi yang menjadi faktor dalam persaingan usaha agar setiap usaha mereka jalani tidak jauh ketinggalan dengan usaha sejenisnya.

Menurut pemilik usaha yang sudah saya wawancara dari sistem pengadaan produk kami harus menyeleksi terlebih dahulu kualitas produk yang kami perjualbelikan kepada konsumen, sistem penetapan harga ini memang dari perusahaan yang menentukan, sumber daya manusianya bisa dilihat dari kami menyeleksi karyawan yang sesuai dengan kriteria dari pemilik usaha, suasana/tempat kami telah memberikan yang terbaik sehingga konsumen merasa puas.

Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen, peneliti telah menemukan bahwa hampir semua orang memilih berbelanja di Indomaret dikarenakan berbagai alasan, namun hampir dari mereka belum mengetahui adanya minimarket 212 Mart, ada sebagian orang yang mengetahui dan bahkan mereka pernah berbelanja di 212 Mart. Namun dari konsumen yang pernah berbelanja di Indomaret peneliti menemukan berbagai permasalahan yang terjadi pada pemilik usaha Indomaret terhadap para konsumen mulai dari pelayanan karyawan Indomaret yang kurang baik dan cenderung memaksa bahkan sampai dari harganya tidak sesuai dengan yang dicantumkan dilabel bahkan ada sebagian orang yang diharuskan berbelanja di Indomaret supaya anaknya bisa mendapatkan nilai.

Memang banyak pemilik usaha yang melakukan praktek monopoli dan persaingan tidak sehat dalam berbagai cara mulai dari penimbunan barang dagangan sampai harga yang melonjak kemudian barang daganganya dikeluarkan dengan harga yang tinggi yang menimbun mendapatkan untung

yang banyak dan akan merugikan si pembeli itu sendiri.[104] Dalam penjualan yang melakukan praktek ini hukumnya haram sesuai hadist yang diriwayatkan oleh *Muslim*:

عَنْ سَعِيدُ بْنُ الْمُسَيَّبِ يُحَدِّثُ أَنَّ مَعْمَرًا قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنِاحْتَكَرَ فَهُوَ خَاطِئٌ

Artinya: dari Sa'id bin Musayyab ia meriwayatkan: Bahwa Ma'mar, ia berkata, "Rasulullah saw. bersabda, 'Barangsiapa menimbun barang, maka ia berdosa'," (HR Muslim (1605)[105]

Hal ini senada dengan Al-Quran sebuah surat yang menjelaskan tentang tidak membolehkan para pelaku usaha melakukan praktek monopoli dan persaingan tidak sehat:

أَلْهَىٰكُمُ ٱلتَّكَاثُرُ ﴿١﴾ حَتَّىٰ زُرْتُمُ ٱلْمَقَابِرَ ﴿٢﴾ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴿٣﴾ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴿٤﴾ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ ٱلْيَقِينِ ﴿٥﴾

Artinya:"Bermegah-megahan telah melalaikan kamu. Sampai kamu masuk ke dalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu). Dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin. (QS. At-Takatsur: 1-5)

Sementara UU NO 5 Tahum 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak sehat dalam pasal 17 ayat 1 dan 2 berbunyi:

[104] Drs.H.Ahmad Wardi Muslich, Fiqh Muamalah, (Jakarta: Amzah 2015) hlm.179

[105] Prof. Dr. H. Idri, M.Ag., Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam perspektif hadis nabi) (Jakarta: Prenada Media Group 2015) hlm.332

1) Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi atau pemasaran barang atau jasa yang dapat mengakibatkan jadinya praktik monopoli dan persainga usaha tidak sehat.[106]

2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila:

   a. Barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada subtitusinya; atau
   b. Mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama; atau
   c. Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menghadapi persaingan usaha lebih dari 50% pangsa pasar satu barang atau jasa tertentu.

Permasalahan berikutnya membahas tentang pelayanan dan penetapan harga, didalam setiap menjalankan usaha memang diperlukan karyawan dengan pelayanan yang ramah, namun sebagian konsumen banyak mengeluhkan pelayanan yang cenderung kurang baik dan beberapa barang yang harganya tidak sesuai dengan dilabel. Sebelumnya penulis telah memaparkan teori bab 2 penulis membahas tentang etika bisnis islam, maka dari itu penulis akan menjabarkan teori etika bisnis islam dengan yang terjadi dilapangan.

Dalam berbisnis perlu memperhatikan adanya suatu-suatu yang berkaitan dengan etika-etika dalam berbisnis, berdasarkan teori etika bisnis islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau

[106]Hermansyah, SH.M.HUM. *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* (Jakarta, Prenada Media Group), hlm.167

kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.[107] Islam telah mengatur tentang etika yaitu pada Al-Quran:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS.An-Nisa:29).

Namun yang terjadi dilapangan ditemukan beberapa konsumen yang merasa puas dan ada yang merasa kurang puas terhadap pelayan di Indomaret, dalam islam diajarkan tentang bagaimana cara melayani si pembeli dengan baik dalam sebuah surat:

فَقُولَا لَهُۥ قَوۡلٗا لَّيِّنٗا لَّعَلَّهُۥ يَتَذَكَّرُ أَوۡ يَخۡشَىٰ ٤٤

Artinya: maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut (QS.Thaha:44)

Setiap usaha pasti yang ada namanya harga adapun penetapan harga yang dimiliki oleh pemilik usaha Indomaret dan 212 Mart tergantung dengan adanya sistem penetapan harga itu sendiri. Sistem penetapan harga tergantung dari perusahaan yang menentukan harga tersebut yang sesuai dengan harga pasaran, namun yang terjadi dilapangan ditemukan beberapa konsumen yang

[107] Faisal Badroen ., *Etika Bisnis dalam Islam,*(Kencana, Jakarta, 2006), hlm. 4-5.

mengeluhkan tentang penetapan harga terutama di Indomaret dengan harga beberapa barang yang harganya yang tidak sesuai yang dicantumkan dilabel hal ini akan menimbulkan adanya unsur ketidakjelasan(*GHARAR)* hal ini diperkuat dengan Al-Quran:

وَلَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ وَتُدْلُواْ بِهَآ إِلَى ٱلْحُكَّامِ لِتَأْكُلُواْ فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَٰلِ ٱلنَّاسِ بِٱلْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ١٨٨

Artinya:Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui (QS.Al-Baqarah:188)

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisa dan pembahasan dari bab tersebut, maka penulis mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk dari persaingan usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha Indomaret dan 212 Mart di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu tidak ditemukan dari pemilik usaha yang melakukan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, dari segi produk Indomaret ada yang menjual produk seperti rokok yang tidak dijual di minimarket 212 Mart, ada beberapa konsumen yang pernah berbelanja di Indomaret mengeluhkan pelayanan yang kurang baik, sebagian barang tidak sesuai dengan harga di label. Namun para konsumen lebih mengenal Indomaret dibandingkan dengan 212 Mart dikarenakan Indomaret berada disetiap pelosok,
2. Bentuk dari persaingan usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha Indomaret dan 212 Mart di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu merupakan bentuk dari persaingan yang sehat dan sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah dikarenakan para pemilik usaha tidak melakukan praktek monopoli (Ikhtikar) dan persaingan yang tidak sehat dan ada sebagian temuan yang tidak sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah seperti produk yang tidak sesuai dengan islam, sebagian harga barang yang tidak sesuai dengan dilabel dan pelayanan yang kurang baik.

B. SARAN

1. Diharapkan para pemilik usaha Indomaret dan 212 Mart mempertahankan persaingan yang sehat sehingga agar terhindar dari praktek monopoli dan persaingan tidak sehat.
2. Kepada pemilik usaha 212 Mart lebih giat melakukan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat di Kelurahan Pengantungan supaya masyarakat lebih tau minimarket 212 Mart. Kepada pemilik usaha Indomaret harus memperhatikan karyawan supaya konsumennya merasa puas terhadap pelayanan karyawan Indomaret dan penetapan harga harus sesuai dengan yang dicantumkan dilabel sehingga para konsumen lebih jelas mengenai harga yang ditetapkan oleh pemilik usaha di Indomaret.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Daud *Asas-Asas Hukum Islam*, Rajawali Press, Jakarta, 1991

Ash-Shiddiqie, Hasbi , peng. *Fiqh Muamalah* salemba empat, Jakarta,2011.

Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Alfabeta, Bandung, 2013

Badroen. Faisal, et. al., *Etika Bisnis dalam Islam*, Kencana, Jakarta, 2006

Bayu media Publishing. 2008

Burhanuddin S, *Hukum Bisnis Syariah*, UII Press: Yoqyakarta, 2011,

Departemen Agama RI, *Alquran dan terjemahanya* Surabaya : Duta ilmu, 2005,

Dilan, Zahendra Tri, *Persaingan Minimarket Indomaret Dan Minimarket Alfamart Menurut Perspekti Ekonomi Islam* (RIAU : skripsi, 2015)

Djakfar, Muhammad , *Etika Bisnis*: *Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Penebar Plus, Jakarta, 2012,

Djamil, Fathurrahman , Hukum Ekonomi Islam, *Sejarah Teori Dan Konsep*, Jakarta, Sinarrafika, 2013.

Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*.Bandung: Alfabeta.Utami, Christina Whidya. 2006.

Gunara Thorik dan Utus Hardiyono, *Marketing Muhammad* (Bandung: Madnia Prima, 2002)

Haroen, Nasrun, *Fiqh Muamalah*, Gaya Media Pratama, Jakarta 2000

Hasan, Ali, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2009

Herdiana, Abdurrahman Nana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Pustaka Setia, Bandung, 2013

Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* (Jakarta, Prenada Media Group)

Husein, Umar, *Studi kelayakan Bisnis : Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif* , Gramedia, Jakarta, 1997,

Hafidhuddin, Didin & Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek* Jakarta: Gema Insani, 2003

Husni, Mubarok Muhammad, *Manajemen Strategi*, DIPA STAIN Kudus, Kudus,

Ibnu, Hajar Al-Asqalani, Al-Hafiz, *Bulug al-Maram Min Adillah al-Ahkam* Surabaya:Darul'Ilmi,

Ibrahim, Jhony, *Hukum Persaingan Usaha Filosofi, teorodan Implikasi penerapannya di Indonesia*, Bayumedia: Malang, 2009,

Iwad Basyar, Ma‟ruf, *Jami"ul Kabir-Sunan Tirmidzi,* juz 04 Beirut-Darul Gharab, 1998

Idris, Ahmad, *Fiqh al-Syafi‟iyah* Robani pres, Jakrta,1996

Ismail, Nawawi *Ekonomi Islam – Teori, Si; 1 VEK Hukum*, Surabaya: CV Putra Media Nusantara, 2009 ,

Kertajaya, Hermawan, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*

M. Ismail Yusanto dan M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami,*Gema Insani Press, Jakarta, 2002,

Mujib, Abdul, *Kaidah-Kaidah Ilmu Fiqih,*Jakarta, kalam mulia, 2010

Herdiana, Abdurahman Nana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahawan* Bandung: Pustaka Setia, 2013

Nawawi, *Jual Beli dalam Islam,* Rajawali pers, Yogyakrta 1996.

Qhardawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam,* Terjemah Zainal Arifin , Jakarta: Gema Insani Press, 1997

Shari, Chaudry Muhammad, *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*, Jakarta Prenadamedia Group

Sari, Eva, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Beda Harga*, Lampung: Skripsi 2017

Sabiq, Sayid, Fiqih Sunnah, alih bahasa oleh Kamaluddin A. Marzuki, *Terjemah Fiqih Sunnah,* Jilid III, Al Ma‟arif, Bandung, 1987

Sudarman, Damin, Menjadi Penelitian Kualitatif, Bandung: Pustaka Setia 2002,

Sugiono 2013. *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013

Suhendi, Hendi , *fiqih Muamalah,*Jakarta; Rajawali Pres, 2013.

Suyanto, BagongDan Sutinah (Ed.), *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan, (*Jakarta:Pustaka Kencana Media Group, 2011

Syafei, Racmhat, *Jual beli Islam,*Arkolo, Surabaya 1994

Wardi, Ahmad Muslich,*Fiqih muamalah*, Pustaka Setia, Bandung 1997

Zainuddin, Ali, *Metode Penelitian Hukum.* Jakarta: Sinar Grafika, 2013

Sumber-sumber Lainnya:

https://id.m.wikipedia.org/search= sejarah Indomaret…..diunduh 20.00 wib. 13-2-2019

https://id.m.wikipedia.org/search= sejarah 212 Mart…diunduh 13.00wib. 10-1-2017

https://pedomanbengkulu.com/search sejarah 212 Mart kota Bengkulu…diunduh 19-2-2018

https://koperasisyariah212.co.id/search visi dan misi 212 Mart… diunduh 18-2-2018

https ://www.google.co.id/search=latar belakang agama... diunduh 21.00 wib, 19-01-18

Infosky, "Kunci sukses Bisnis", dalam http*://infosky.wordpress.com/2008/04/11/ Kunci-sukses-bisnis/* 11 Maret 2013