

EMPOWERING SOCIALPRENNEUR DENGAN PENDEKATAN HOLISTIK ASMA'UL HUSNA: SPIRIT MANAJEMEN PEMBERDAYAAN SOCIALPRENNEUR DALAM MENGASAH SOCIAL INTELEGEENCE

Muhammad Sarip

Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
E-mail: muhammadsarip_uin@radenfatah.ac.id

Rinol Sumantri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
E-mail: rinolsumantri_uin@radenfatah.ac.id

Abstrak

Analisis deskriptif yang digunakan untuk menilai suatu Praktik Bisnis Indomaret dan Alfamart dikecamatan Danurejan sehingga dapat menghasilkan Prilaku Bisnis yang sesuai dengan Etika Bisnis Islam dimasa mendatang. Praktik bisnis Indomaret dan Alfamart dikecamatan Danurejan dengan menggunakan analisis deskriptif akan menghasilkan informasi tentang praktik bisnis Indomaret dan Alfamart dikecamatan Danurejan apakah sudah sesuai dengan etika bisnis atau tidak, dalam penelitian ini difokuskan pada analisis praktik bisnis dan etika bisnis Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana praktik dan etika bisnis Islam serta bagaimana praktiknya bagi para pelaku usaha bisnis Indomaret dan Alfamart. Penelitian yang dilakukan berupa analisis deskriptif. Instrument yang digunakan dokumentasi, interview, observasi dan kuesioner. Analisis yang dilakukan dengan membuat sintesis dan informasi-informasi yang diperoleh dari berbagai sumber ke dalam diskripsi yang berjaln mengenai yang peneliti amati atau yang ditemukan. Hasilnya menunjukkan bahwa Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Danurejan Yogyakarta masih terdapat kecurangan-kecurangan di dalam praktiknya dan melanggar Undang-undang perlindungan konsumen. Dalam menjalankan usaha dan kegiatan bisnis, Indomaret dan Alfamart di kecamatan Danurejan belum banyak memahami dan mempraktikkan prinsip atau nilai-nilai Islam dengan berlandaskan pada Al Quran dan Hadis. Praktik dan etika bisnis Islam ini meliputi lima prinsip dasar etika bisnis Islam: *Unity* (kesatuan), *Equilibrium* (Keseimbangan), *Free Will* (Kebebasan Berkehendak), *Responsibility* (Tanggung Jawab), dan *Benevolence* (Kebenaran).

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Praktik Bisnis, Analisis Deskriptif

Abstract

The first purpose of this article is to define about a social empowerment model through social entrepreneurship. Furthermore, social entrepreneurship figures are also analyzed as a second purpose to support the concept of the implementation. Social entrepreneurship is one of social empowerment models to solve social problems and to create social change using entrepreneurial principles. The characteristics of the model are to create social value, social entrepreneur, social entrepreneurship organization, market orientation, and social innovation. Indonesia has been confronting character crisis structural in nature as it occurs in all orders of society's life. Life practice has lost its important values needed to build people with character. Such values as honesty, self-confidence, appreciation to diversity, and enthusiasms for learning and working have been decreasing. Actually, such values play an important role in solving problems that Indonesia is now facing, such as corruption, continuous-horizontal conflicts, inferior feelings, and low enthusiasms for learning and working. In relation to this, education can be a means to build people with character. It can be implemented with a holistic and contextual approach. Such an approach deals with not only the cognitive factor but also all potentials belonging to people. Principles of character education should be socialized and implemented in all levels of society.

Keywords: *empowerment, social, entrepreneurship character education, holistic and contextual approach*

Fenomena perkembangan usaha atau bisnis di Indonesia dewasa ini telah mengalami peningkatan yang cukup pesat. Hampir tidak ditemukan sebuah merek yang dapat berjalan sendiri tanpa mengalami persaingan. Bahkan, pada beberapa bidang bisnis, terjadi persaingan yang sangat ketat, sehingga pemimpin pasar atau *market leader* pada industri tersebut senantiasa berganti-ganti setiap tahunnya.

Bisnis ritel juga mengalami hal yang sama. Berbagai jenis format ritel serta jenisnya terus mengalami perkembangan. Mulai dari Hypermarket, Supermarket, Minimarket hingga toko kelontong yang tergolong dalam *traditional market*. Hal ini sebagai akibat dari adanya perkembangan usaha manufaktur dan peluang pasar yang cukup terbuka, maupun upaya pemerintah untuk mendorong perkembangan bisnis ritel.

Minimarket merupakan jenis bisnis retail yang sedang berkembang pesat saat ini yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dan menawarkan kemudahan karena lokasi atau letaknya yang bisa dijangkau dan dekat dengan konsumen serta mengutamakan kepraktisan dan kecepatan yang didukung dari luas toko atau gerai yang tidak terlalu besar sehingga konsumen berbelanja dengan waktu yang tidak terlalu lama. Keuntungan lain dengan berbelanja di minimarket yaitu suasana aman dan nyaman dalam berbelanja, tidak kesulitan memilih barang-barang yang diperlukan, kualitas barang lebih terjamin bila dibandingkan belanja di pasar tradisional, harga barang pasti sehingga tidak perlu ditawar dan dapat berbelanja berbagai keperluan dalam satu tempat saja sehingga menghemat waktu dan tenaga.

Pada bisnis minimarket terdapat beberapa pemain besar, diantaranya Alfamart, Indomaret, 7-Eleven, Circle K dan Yomart. Maraknya perkembangan minimarket terkadang menimbulkan dampak negatif yang dibarengi dengan timbulnya persaingan yang tidak sehat antar minimarket itu sendiri maupun para pelanggan. Persaingan terlihat makin sengit ketika banyak dijumpai gerai minimarket yang saling berdekatan atau bahkan berdampingan. Terutama pada minimarket Alfamart dan minimarket Indomaret. Di mana ada Indomaret, di situ ada pula Alfamart. Kondisi ini terjadi karena tidak adanya regulasi dan pedoman yang secara khusus mengatur keberadaan minimarket tersebut, baik dari segi lokasi, jumlah dalam satu wilayah, jarak, dan jangkauan pelayanan (Bernard, 2012: 2).

Perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan keinginan pelanggan sehingga perusahaan harus mampu mendeteksi apa yang menjadi kebutuhan pasar atau keinginan konsumen serta membaca dan menterjemahkan setiap perubahan situasi sebagai peluang. Perusahaan tidak akan berkembang tanpa adanya pelanggan. Semakin banyak pelanggan, maka perusahaan akan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain di era globalisasi ini. Perusahaan harus dapat memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Para pelanggan yang puas biasanya akan terkait dengan bertahannya pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

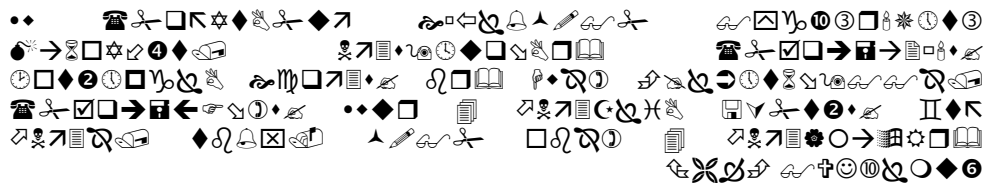
Menurut Yuzer Satria, terkadang ada Minimarket yang melakukan kecurangan terhadap para konsumen dalam menjalankan bisnisnya. Belakangan ini banyak keluhan dari konsumen terkait kecurangan di gerai Indomaret dan Alfamart, mulai dari harga yang berbeda pada price list yang ada di rak produk, dan harga yang tertera di struk pembelian. Kemudian Sistem POS (*point of sales*) antara satu gerai dengan gerai lain bisa salah semua (dalam kasus ini POS tidak otomatis mengurangkan adanya diskon item tertentu), Item yg dibiarkan kosong price tagnya sampai beberapa hari adalah hal yang mencurigakan dan tidak wajar, Banyak promo, potongan yg menyesatkan di minimarket, dan Penempelan price tag tidak pada tempatnya (Wawancara dengan Yuzer Satria sebagai konsumen Indomaret). Tidak berhenti di situ saja persoalan minimarket, persoalan tentang tata letak wilayah minimarket juga menjadi problem di mana ada Indomaret, di situ ada pula Alfamart. Sehingga berdampak buruk bagi pedagang kecil yang ada di sekitar minimarket. Kondisi ini terjadi karena tidak adanya kepatuhan dari pihak perusahaan dalam mentaati regulasi dan pedoman yang secara khusus mengatur keberadaan minimarket tersebut, baik dari segi lokasi, jumlah dalam satu wilayah, jarak, dan jangkauan pelayanan. Hingga persoalan ini akan berdampak buruk bagi masyarakat sekitar dan para konsumen yang berbelanja di minimarket, di dalam bisnis ada sebuah etika bisnis yang harus di implementasikan, baik dari segi moralitas maupun norma-norma agama, agar para pelanggan merasa tidak dirugikan.

Menurut Johan Aifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku,

dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat *the right thing* yang dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas (Arifin, 2009: 22).

Dalam ekonomi Islam menganjurkan transaksi antara penjual dan pembeli mengimplementasikan prinsip jual beli yaitu rela sama rela.

Seperti dalam firman Allah dalam surat An Nisa ayat 29:



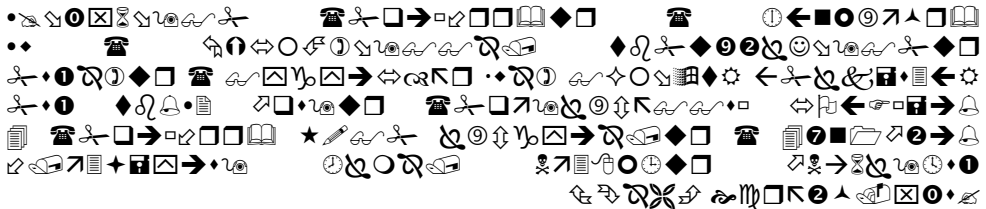
Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Q.S. an-Nisa: 29).*

Seruan ini ditujukan kepada orang-orang yang beriman. Larangan memakan harta sesama dengan jalan yang batil ini pun ditujukan kepada mereka. Memakan harta secara batil ini meliputi semua cara mendapatkan harta yang tidak diizinkan atau tidak dibenarkan Allah, yakni dilarang olehnya. Diantara dengan cara menipu, menyuap, berjudi, menimbun barang-barang kebutuhan pokok untuk menaikkan harganya, dan semua bentuk jual beli yang haram, serta sebagai pemukanya adalah riba. Dikecualikan dari larangan ini aktivitas perdagangan yang dilakukan dengan sukarela antara penjual dan pembeli.

Dengan demikian memakan harta orang lain dengan batil dikalangan masyarakat seperti riba, menipu, berjudi, menimbun, memanipulasi, curang, akal-akalan, menyuap, mencuri, dan menjual kehormatan, tanggung jawab, hati nurani, akhlak, dan agama yang bisa dilakukan masyarakat jahiliah kuno, maupun modern (Quthb, 2001: 342 – 343).

Perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah *mu'amalah* (Jusmaliani, 2008: 6), yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat *horizontal* dalam kehidupan manusia. Sekalipun sifatnya adalah hubungan yang *horizontal* namun sesuai dengan ajaran Islam, rambu-rambunya tetap mengacu kepada Al-Qur'an dan Hadis. Bukankah perniagaan yang paling menguntungkan adalah perniagaan dengan Allah? Jadi, mengapa kita harus menyimpang dari aturannya? Selain itu, Rasulullah SAW. Sendiri adalah seorang pedagang yang terkenal karena kejujurannya (Jusmaliani, 2008: 6).





Artinya: *dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat (Q.S. al-An'am: 152).*

Ayat tersebut diatas telah menganjurkan kepada seluruh ummat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis (Arifin, 2009: 1).

Profil Minimarket Indomaret

Berdasarkan data yang diperoleh dari *web site*-nya, Indomaret merupakan jaringan *minimarket* yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 m². Dikelola oleh PT. Indomarco Prismatama, gerai pertama dibuka pada November 1968 di Kalimantan. Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, setelah Indomaret teruji dengan lebih dari 230 gerai. Pada Mei 2003 Indomaret merai penghargaan "perusahaan waralaba 2003" dari presiden Megawati Soekarnoputri. Kini Indomaret mencapai lebih dari 1400 gerai, dari total itu 52% adalah milik sendiri dan sisanya milik masyarakat yang tersebar dikota-kota Jabodetabek, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jogyakarta, Bali, dan lampung. Lebih dari 3.500 jenis makanan dan nonmakanan tersedia dengan harga bersaing, memenuhi hampir semua kebutuhan konsumen sehari-hari, didukung oleh pusat distribusi, yang menggunakan teknologi mutakhir, Indomaret merupakan salah satu asset bisnis yang sangat menjanjikan, keberadaan Indomaret diperkuat oleh anak perusahaan dibawah bendera grup INTRACO yaitu Indogrosir, Finco, BSD Plaza dan Charmart. Sistem distribusi dirancang seefisien mungkin dengan jaringan pemasok yang handal dalam menyediakan produk terkenal dan berkualitas serta sumber daya manusia yang kompeten, menjadikan Indomaret memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Saat ini Indomaret memiliki 8 pusat distribusi di Ancol Jakarta, Cimanggis Depok, Tangerang, Bekasi, Parung, Bandung, Semarang dan Surabaya. Dengan menjalin lebih dari 500 pemasok, Indomaret memiliki posisi baik dalam menentukan produk yang akan dijualnya. Laju pertumbuhan gerai Indomaret yang pesat dengan jumlah transaksi 14,99 juta transaksi per bulan didukung oleh sistem teknologi yang handal. Sistem teknologi informasi Indomaret pada setiap *point of sales* di setiap gerai mencakup sistem

penjualan, persediaan dan penerimaan barang. Sistem ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan saat ini dengan memperhatikan perkembangan jumlah gerai dan jumlah transaksi di masa mendatang. Indomaret berupaya meningkatkan pelayanan dan kenyamanan belanja konsumen dengan menerapkan sistem *check out* yang menggunakan *scanner* di setiap kasir dan pemasangan fasilitas pembayaran Debit BCA. Pada setiap pusat distribusi diterapkan *Digital Picking Sistem* (DPS). Sistem teknologi informasi ini memungkinkan pelayanan permintaan dan suplai barang dari pusat distribusi ke toko-toko dengan tingkat kecepatan yang tinggi dan efisiensi yang optimal.

Indomaret mempunyai visi, misi yaitu menjadi perusahaan konsumen terkemuka di Indonesia dan mengembangkan portofolio perusahaan konsumen yang dikelola dengan baik dan tumbuh dengan cepat (www.indoritel.co.id).

Profil Minimarket Alfamart

Alfamart adalah sebuah brand minimarket penyediaan kebutuhan hidup sehari-hari oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya. Tbk. Pada tahun 1989 merupakan awal berdirinya alfamart, dengan mulainya usaha dagang rokok dan barang-barang konsumsi oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT.HM. Sampoerna pada tahun 1989. Pada tahun 19994 struktur kepemilikannya berubah menjadi (70%) dimiliki oleh PT.HM Sampoerna Tbk, dan (30%) dimiliki oleh Sigmantra Alfindo (keluarga Djoko Susanto).

Alfamart merupakan usaha yang dimiliki dan dioperasikan berdasarkan kesepakatan waralaba dari PT.Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Sekarang. Pada tahun 2006 Alfamart telah mendapatkan ISO 9001:2000 berkat pengalaman dan kerja keras seluruh karyawan dan manajemen Alfamart maka Alfamart menjadi salah satu raksasa bisnis waralaba di tanah air dan berbagai award pun telah diraihnya. Super Brand dari IBBA (Indonesia's Best Brand Award) hingga World Of Mouth. Yang paling signifikan berada posisi Store Equity Index dari Nielsen selama tiga tahun berturut-turut tentunya ini sungguh membanggakan bagi semua, terutama IFBM sebagai konsultan franchise yang menjadi konsultan waralaba Alfamart.

Alfamart juga memiliki visi, misi dan budaya, visi alfamart itu sendiri adalah menjadi Alfamart sebagai jaringan distribusi retail yang dimiliki oleh masyarakat luas berorientasi kepada pemberdayaan usaha kecil, memenuhi kebutuhan, harapan konsumen, serta mampu bersaing global. Sedangkan misi dari Alfamart itu sendiri yaitu:

1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen dengan berfokus pada produk pelayanan yang berkualitas unggul.
2. Selalu menjadikan yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakan tingkah laku bisnis yang tertinggi.
3. Ikut berpartisipasi dalam membangun Negara dan menumbuh kembangkan jiwa wirausaha dan kemitrausahaan.
4. Membangun organisasi global terpercaya, pemasok, karyawan, pemegang saham masyarakat umum.

Alfamart tidak hanya memiliki visi dan misi saja, melakukan budaya juga dimiliki oleh alfamart yaitu, integritas tinggi, inovasi, kemajuan dan kemajuan yang lebih baik, kualitas dan produktivitas yang lebih tinggi, kerja sama tim dan terakhir kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang baik. Dengan pengalaman yang panjang yang telah teruji itu mendapat sambutan positif masyarakat, terlihat dari meningkatnya jumlah gerai waralaba Alfamart di Indonesia. Alfamart memiliki posisi baik dalam menentukan produk yang dijualnya. Laju pertumbuhan gerai Alfamart yang pesat didukung oleh sistem teknologi yang handal. Sistem teknologi informasi Alfamart pada setiap Point Of Sales di setiap gerai mencakup sistem penjualan, persediaan dan penerimaan barang. Sistem ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan saat ini dengan memperhatikan perkembangan jumlah gerai dan jumlah transaksi di masa mendatang.

Eksistensi perkembangan Alfamart juga didukung oleh merchandising dalam menangani pemilihan, pengadaan dan pengembangan barang serta bekerja sama lebih dari 500 mitra pemasok, strategi penetapan harga yang tepat serta pengelolaan pemajang produk dan alfamart mengelola 3000 produk terdiri dari food, non food, fresh food, perabotan rumah tangga dan fashion. Manfaat bagi konsumen sendiri adalah memberikan pelayanan yang baik, memberikan kebutuhan sehari-hari dan member harga yang pas, dan memberikan harga-harga yang pas dan puas. Pengalaman panjang yang telah teruji itu mendapat sambutan positif dari masyarakat, terlihat dari meningkatnya jumlah gerai waralaba di Indonesia, Alfamart sendiri hingga saat ini berjumlah 8.000 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia (<http://www.alfamartku.com>).

Alfamart mempunyai struktur organisasi untuk menyusun komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi. Struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda-beda tersebut diintegrasikan (koordinasi). Selain dari pada itu struktur organisasi juga menunjukkan spesialisasi-spesialisasi, saluran perintah dan penyampaian laporan.

Praktik dan Analisis Bisnis Minimarket Indomaret dan Alfamart dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Praktik Bisnis Minimarket Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Danurejan

Menurut Pupung, minimarket Indomaret mempunyai sistem sendiri dalam mengelola semua gerai-gerai yang ada di Indonesia (Wawancara dengan Pupung, kasir Indomaret), dan begitupun minimarket Alfamart (Wawancara dengan Trina kasir Alfamart), karena laju pertumbuhan minimarket Indomaret dan Alfamart yang pesat didukung oleh sistem teknologi yang handal. Sistem teknologi minimarket Indomaret dan Alfamart pada setiap *Point Of Sales* di setiap gerai mencakup sistem penjualan, persediaan dan penerimaan barang. Sistem ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan saat ini dengan memperhatikan perkembangan jumlah gerai dan jumlah transaksi di masa mendatang.

Pelayanan pada sistem minimarket Indomaret dan Alfamart yaitu konsumen melayani sendiri dalam memerlukan barang dengan harga yang telah ditentukan, menggunakan

mesin kasir dalam pembayaran, promo harga pada salah satu produk. Bentuk toko gaya warung lebih menarik serta ruangan yang luas, ruangan ber AC dan kondisi yang bersih.

Minimarket Indomaret dan Alfamart mampu menyediakan ragam produk yang benar-benar sesuai kebutuhan target marketnya. Keragaman produk juga bisa dilihat dari kualitas barang yang ditawarkan. Dalam lingkungannya perdagangan eceran modern yang kompetitif, pengendalian barang dagangan secara tepat adalah hal yang mutlak perlu dilakukan. Indomaret dan Alfamart menawarkan harga yang sangat bervariasi, pada umumnya Indomaret dan Alfamart menetapkan harga yang rendah untuk beberapa jenis produk yang berfungsi untuk memberikan kepuasan konsumen dalam berbelanja.

Maka semua gerai Indomaret dan Alfamart yang ada di Indonesia sistem pengelolanya semua sama, karena sudah tersistem kantor pusat, jadi bagi pihak yang memiliki waralaba tidak lagi mengelola Indomaret dan Alfamart yang dimilikinya, melainkan semua sudah tersistem yang diatur oleh Indomaret dan Alfamart pusat

Analisis Bisnis Minimarket Indomaret dan Alfamart Perspektif Etika Bisnis Islam

Berdasarkan analisis Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap minimarket Indomaret dan Alfamart dikecamatan Danurejan, bahwa Indomaret dan Alfamart belum menerapkan prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya.

Dalam penelitian terhadap minimarket Indomaret dan Alfamart dikecamatan Danurejan penulis menemukan beberapa pelanggaran diantaranya:

1 Melanggar Etika Bisnis

Nilai-nilai dalam etika bisnis Islam tidak diperbolehkan untuk bertransaksi jual beli dengan jalan *bathil* seperti menipu. Indomaret dan Alfamart telah melanggar nilai-nilai etika bisnis karena Indomaret dan Alfamart memberikan label harga berbedah dengan yang tertera dalam struk pembayaran, seperti Indomie Goreng Super Jumbo tercantum pada display Indomaret Jl. Dr. Sutomo No 21 kecamatan Danurejan dengan harga Rp. 3.100,- namun dalam struk pembayaran tertera dengan harga Rp.3.200,-. Demikian juga hal yang sama pada Alfamart Jl. Hayam Wuruk No 74 Kecamatan Danurejan dimana terdapat display minuman Pocari Sweat dengan harga Rp. 6.200,- sedangkan pada struk pembayaran tertera dengan harga Rp. 6.000,-, maka dengan kejadian tersebut terdapat perbedaan dan selisih harga pada display dan struk pada Indomaret dan Alfamart.

Dengan demikian maka kita dapat mengetahui kesimpulan bahwa sesungguhnya Allah Swt. telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur. Penyimpangan-penyimpangan ketidakjujuran yang merupakan wujud kecurangan dalam berbisnis, sekalipun tidak begitu nampak kerugian dan merasakan yang diakibatkan pada manusia ketimbang tindakan kejahatan yang lebih besar lagi seperti perampokan, korupsi dan yang lainnya, nyatanya tetap diharamkan oleh Allah Swt. dan Rasul-nya. Karena kebiasaan melakukan kecurangan dalam dunia bisnis, akan menjadikan etika bakal dari bentuk kejahatan lainnya yang jauh

lebih besar. Sehingga Nampak pula dengan adanya pengharaman serta larangan dari Islam tersebut, merupakan pencerminan dan sikap dan tindakan yang begitu bijak yakni, pencegahan sejak dini dari setiap bentuk kejahatan manusia yang akan merugikan manusia sendiri. Maka seseorang pembisnis diwajibkan berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli tidak menipu maupun tidak berbohong.

2 Melanggar akses Informasi

Membuka akses informasi, hal ini bertujuan agar tidak ada praktik penipuan dan agar transaksi dapat dilakukan sama-sama suka dan adil. Membuka akses informasi ini telah dilanggar oleh Indomaret dan Alfamart seperti:

a. *Ghahn*

Di Indomaret dan Alfamart kecurangan harga, harga yang tertera di dalam display barang berbeda dengan harga yang ada di struk pembayaran. Perselisihannya memang sedikit rata-rata berkisaran Rp. 100 hingga Rp. 300,- hal ini membuat kita tidak merasa begitu dirugikan dengan harga yang dilakukan oleh pihak Indomaret dan Alfamart. Namun sekecil apapun perselisihan yang harus dibayar oleh konsumen yang tidak sesuai dengan harga yang sebenarnya, jelas itu merupakan perbuatan curang maupun penipuan yang dilakukan oleh pelaku bisnis terhadap konsumen. Seperti Indomie Goreng Super Jumbo tercantum pada display Indomaret jl. Dr. Sutomo No 21 kecamatan Danurejan dengan harga Rp. 3.100,- namun dalam struk pembayaran tertera dengan harga Rp.3.200,-. Demikian juga hal yang sama pada Alfamart jl. Hayam Wuruk No 74 Kecamatan Danurejan dimana terdapat display minuman Pocari Sweat dengan harga Rp. 6.200,- sedangkan pada struk pembayaran tertera dengan harga Rp. 6.000,-, maka hal ini merupakan termasuk dalam manipulasi dengan menyembunyikan harga yang sebenarnya. Bahwa setiap pelaku bisnis harus bersikap jujur tentang harga yang sebenarnya dan tidak menyembunyikan sesuatu apapun darinya.

b. *Gharar*

Di Indomaret dan Alfamart ada ketidakjelasan dalam mendisplay barang dengan harga yang tertera didisplay barang tersebut. Seperti pendisplayan di komposisi display yang mengelompokkan jenis minuman, ada jenis minuman yang sama yaitu You-C 1000 Orange, namun komposisi display berbeda yang satu didalam Rak, dan yang satunya didalam lemari pendingin. Komposisi Display didalam Rak terdapat You-C 1000 Orange dengan harga Rp. 6.500,- sedangkan di lemari pendingin terdapat juga minuman You-C 1000 Orange dengan harga Rp.6.400,-. Kemudian ada komposisi rak yang mengelompokkan jenis makan ringan dan Roti, menunjukkan bahwa terdapat salah satu rak display barang yang dibiarkan tidak ada label harga pada rak barang tersebut dan dibiarkan dalam kurun beberapa hari. Dari hal tersebut bisa dapat merugikan konsumen apabila konsumen tidak jeli maka akan sulit mengetahui harga minuman tersebut. Dengan demikian bahwa jual beli yang tidak memenuhi perjanjian dan tidak

dapat dipercaya, tidak diketahui harga pasti barangnya, keselamatan kondisi barang, waktu memperolehnya, maka berdasarkan pengamatan dan observasi di lapangan Gharar telah dilanggar oleh pihak Indomaret dan Alfamart di kecamatan Danurejan karena ada ketidak jelasan dalam memberikan informasi harga dan dan kesesuaian lebel pada tempatnya. Ketidak jelasan dalam transaksi jual beli menimbulkan adanya sesuatu yang meragukan, pada hal salah satu persyaratan jual beli adalah barang dan harga dapat di indentifikasi. Hal ini tidak dapat diperlihatkan secara transparan mengenai proses dan keuntungan yang akan diperoleh. Proses dan hasil dari bisnis yang dilakukan bergantung kepada keahlian, kepriawaian dan kecerdasan melainkan digantungkan pada suatu atau pihak luar yang tidak terukur.

Bahwa Islam menuntut pemeluknya untuk menjadi orang yang jujur dan amanah. Kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam. sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi jalan bisnis dan masyarakat secara luas.

c. Melanggar Undang-undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999

Dalam pasal tersebut sudah jelas tertera bahwa pelaku bisnis dilarang menyesatkan harga atau tarif suatu barang, sedangkan yang terjadi di Indomaret dan Alfamart di kecamatan Danurejan dalam hal ini memberikan lebel yang tidak sesuai dengan struk pembayaran hal ini telah memenuhi unsur pasal tersebut. Jual beli seharusnya dilakukan sesuai dengan syarat dan rukun yang ditentukan, hal ini dimaksudkan agar kondisi barang yang dijual dan harga yang ditentukan sesuai dengan ketentuan umum. Ketika terjadi kecurangan pada suatu barang, maka harus diberitahukan, hal ini untuk menjamin dan memberikan perlindungan terhadap konsumen. Begitu pula dengan perbedaan harga yang tercantum didalam label dengan di dalam struk pembayaran dan perbedaan harga dalam barang yang sama, namun hanya berbeda rak atau letak barang, kemudian display yang dibiarkan tidak ada label harganya dengan kurun beberapa hari. Informasi yang benar serta lengkap sangatlah penting, karena kekeliruan informasi akan memberikan gambaran yang salah dan kerugian terhadap konsumen. Untuk itu konsumen perlu selektif terhadap label barang terdisplay dan struk pembayaran. Hukum ekonomi Islam juga telah mengaturnya yang berhubungan dengan perlindungan dari proses pra transaksi, yaitu perlindungan konsumen dari pemalsuan dan informasi tidak benar, informasi dalam jual beli menjadi hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen, informasi tidak hanya diberikan terhadap konsumen tentang kualitas saja melainkan harga juga harus diinformasikan. Dalam memberikan label harga termuat informasi dimana informasi tersebut sangat berguna bagi konsumen, karena dari informasi pada label harga, konsumen secara tepat dapat menemukan pilihan sebelum membeli dan atau mengkonsumsinya. Sedangkan Indomaret dan Alfamart memberikan informasi harga tidak kelas, seperti dalam mendisplay barang, ada ketidak jelasan untuk menentukan harga, merek, serta keterangan barang, seperti halnya komposisi rak bagian minuman, terdapat variasi display barang tersebut. Dengan demikian informasi harga yang tidak tepat

mengakibatkan kecurangan-kecurangan itu terjadi. informasi pada label harga tidak hanya bermanfaat bagi konsumen , karena label harga memberikan dampak signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah di uraikan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Praktik bisnis yang dijalankan minimarket Indomaret Alfamart di kecamatan Danurejan telah melanggar perlindungan konsumen dalam Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. bahwa perilaku usaha dilarang untuk menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa. Dari hal demikian nampak jelas ada ketidakjelasan dalam praktik bisnis Indomaret dan Alfamart di kecamatan Danurejan.

Keberadaan minimarket Alfamart di kecamatan Danurejan Jln. Hayam Wuruk No 74 melanggar Peraturan Walikota No. 79 Tahun 2010 Tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket. Dimana dalam Perwal disebutkan bahwa jarak minimarket dengan pasar tradisional atau pedagang kecil/kelontongan minimal 400 meter.

Praktik-praktik bisnis yang dijalankan minimarket Indomaret dan Alfamart di kecamatan Danurejan melanggar unsur-unsur etika bisnis Islam. Islam sangat membenci praktik bisnis seperti seperti arar, Ghabn dan Tadlis dalam harga.

Daftar Pustaka

Al-Qur'an

Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press.

Bernard E. Silaban dan Sukardi Arifin. 2012. "Analisis Perbandingan Ekuitas Merek Pada Minimarket Alfamart dan Indomaret". *Esensi, Jurnal Bisnis*. Vol 15 No.2. Agustus 2012. Jakarta : Institut Bisnis Nusantara Jakarta.

Jusmaliani, dkk. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara.

Quthb, Sayyid. 2001. *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an*. Jilid 2, Jakarta: Gema Insani.

www.alfamartku.com

www.indoritel.co.id