

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi kebutuhannya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satunya melalui bekerja, sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis. Perkembangan usaha atau bisnis di Indonesia dewasa ini mengalami peningkatan yang pesat. Hal ini dikarenakan tuntutan dan permintaan pasar yang juga semakin meningkat. Bisnis ritel merupakan salah satu bisnis yang paling banyak diminati dan berkembang pesat. Secara umum bisnis ritel adalah kegiatan usaha menjual aneka barang atau jasa untuk konsumsi langsung atau tidak langsung. Dalam mata rantai perdagangan, bisnis ritel merupakan bagian terakhir dari proses distribusi suatu barang atau jasa dan bersentuhan langsung dengan konsumen. Secara umum peritel tidak membuat barang dan tidak menjual ke pengecer lain. Contoh dari bisnis ritel ini adalah seperti supermarket, minimarket, department store dsb.

Minimarket merupakan jenis bisnis ritel yang menawarkan kemudahan bagi para konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Minimarket dinilai sebagai tempat yang efisien bagi konsumen untuk berbelanja karena menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari dan kemudahan dalam mengakses lokasinya yang tidak jauh dari konsumen. Keuntungan lain yang ditawarkan oleh minimarket ini adalah kenyamanan

dalam berbelanja karena selain tempatnya yang aman, konsumen juga mudah dalam memilih barang-barang yang diperlukan, kualitas barang yang terjamin dan harga yang bersaing. Bisnis minimarket ini dikembangkan dengan waralaba atau yang lebih dikenal dengan sebutan *franchise*. Waralaba (*franchise*) merupakan bisnis yang cukup potensial bagi pengusaha pemula. Sebuah paket waralaba yang baik mampu membuat seseorang yang tepat bisa mengoperasikan sebuah bisnis dengan berhasil, bahkan tanpa pengetahuan sebelumnya tentang bisnis tersebut.

Bila mengacu pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba, pengertiannya adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Dalam perjanjian *franchise*/waralaba, *franchisor* (pewaralaba) akan memberikan hak untuk menggunakan *trademark*, *servicemark*, dan metode untuk menjalankan bisnis kepada *franchisee* (terwaralaba). Di sini *franchisee* secara otomatis akan membayar dengan sejumlah biaya yang telah disepakati sebelumnya dan juga dilanjutkan dengan adanya pembayaran royalti berdasarkan presentase dari total penjualan kotornya. Distribusi *franchise* itu sendiri biasanya dilakukan melalui pembukaan *retail shop*, supermarket atau jaringan-jaringan yang bertujuan untuk menjual berbagai produk barang dan jasa sesuai dengan standar yang dimiliki *franchisor*.

Di samping itu, *franchising* adalah suatu bentuk dari dukungan bisnis. Para *franchisee* akan mendapatkan kesempatan untuk belajar dari pengalaman orang lain dengan mengikuti sistem yang telah dikembangkan oleh perusahaan yang paling berhasil di bidangnya dan *franchisee* juga akan memperoleh dukungan baik dari *franchisor* dan *franchisee* lainnya.

Dengan segala bentuk kelebihan yang ditawarkan sistem waralaba ini membuat pengusaha besar maupun kecil berlomba dalam membuka usaha *franchise*. Bisnis *franchise* merupakan alternatif menarik bagi perusahaan untuk tumbuh terutama bagi perusahaan muda yang mayoritas membutuhkan uang dalam berekspansi. *Franchise* adalah pilihan tepat ketika perusahaan memiliki merek dagang yang potensial atau kuat, model bisnis yang bagus dan keinginan untuk tumbuh. Bisnis yang dijalankan pun memiliki sistem yang telah terbukti dan merek yang digunakan juga telah dikenal publik, serta konsep yang lebih modern sehingga membuat daya tarik terhadap konsumen. Jenis bisnis yang dijadikan *franchise* biasanya adalah bisnis ritel modern seperti minimarket, di antaranya Alfamart, Indomaret, 7-Eleven, Circle K dsb, yang merupakan salah satu pasar modern yang kian marak berkembang.

Kehadiran sistem bisnis *franchise* yang kian marak berkembang ini secara tidak langsung menyebabkan terpinggirnya para pelaku UMKM. Persaingan yang ketat akan mengakibatkan pelaku UMKM kalah dalam bersaing. Terlebih konsep dan sistem bisnis yang modern membuat *franchise* terlihat unggul dari pada pelaku UMKM. Perkembangan ritel modern di mempengaruhi perkembangan bisnis ritel kecil yang berada di sekitarnya karena kehadiran ritel modern ini menjamur di berbagai lokasi, bahkan

merambah hingga ke permukiman padat penduduk. Salah satu dari bisnis ritel modern ini adalah Indomaret.

Indomaret dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan menyesuaikan keinginan konsumen sehingga perusahaan harus mampu mendeteksi apa yang menjadi kebutuhan pasar serta membaca dan menterjemahkan setiap perubahan situasi sebagai peluang. Perusahaan harus dapat memuaskan dan mempertahankan konsumen yang ada. Kepuasan konsumen merupakan prioritas utama bagi sebuah perusahaan untuk dapat mempertahankan eksistensinya. Secara tidak langsung dalam hal ini *Franchise* Indomaret bisa saja mempengaruhi pertumbuhan UMKM yang ada disekitarnya.

Pertumbuhan gerai Indomaret jenis minimarket di Maguwoharjo cukup pesat, dan dimungkinkan semakin lama akan semakin memberikan dampak buruk bagi pelaku UMKM. Hal ini terbukti dengan adanya kasus penutupan secara paksa gerai Indomaret Tajem di Desa Maguwoharjo, Kec. Depok, Kab. Sleman, Yogyakarta pada hari senin, 18 Januari 2016.¹ Penutupan gerai Indomaret ini dilakukan sehubungan dengan protes warga dengan keberadaan gerai Indomaret yang persis bersebelahan dengan pasar Stan di jalan Tajem tersebut. Warga merasa dirugikan dengan kehadiran gerai Indomaret tersebut karena banyaknya pembeli yang beralih untuk berbelanja ke gerai Indomaret tersebut sehingga mengakibatkan pendapatan pelaku UMKM menurun.

¹ <http://satpolpp.slemankab.go.id/?p=1669> pada hari Jum'at, tanggal 3 Februari 2017, Jam 13:15 WIB.

Setelah terjadinya penutupan tersebut Indomaret pindah ke jalan Tasura di Desa Maguwoharjo Kec. Depok Kab. Sleman, sekitar 1,2 km dari pasar tradisional setan tersebut. Namun ± 350 m dari pasar tradisional Stan tersebut didirikan toko modern (minimarket) dengan nama Supersmart Jalan Sabo, Maguwoharjo, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, yang konsepnya menyerupai gerai Indomaret.

Menyikapi permasalahan ini perlu hendaknya kajian etika berkenaan dengan bisnis dapat memberi pegangan atau orientasi dalam menjalankan kehidupan kita di dunia ini. Ini berarti tindakan manusia dalam berbisnis selalu mempunyai tujuan tertentu yang dapat dicapainya. Tidak menghalalkan segala cara, ada arah dan sasaran dari tindakan atau hidup manusia. Etika merupakan pembahasan yang bersifat fungsional mengenai kewajiban-kewajiban manusia serta tingkah laku manusia dilihat dari segi baik dan jahatnya tingkah laku tersebut. Etika mempunyai sifat yang sangat mendasar, yaitu sifat kritis. Ia mempersoalkan norma-norma yang dianggap berlaku; menyelidiki dasar norma-norma itu; mempersoalkan hak dari setiap lembaga.²

Sejumlah aksioma dasar sudah dirumuskan dan dikembangkan oleh para sarjana muslim. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islami. Dengan begitu, aspek etika dalam bahasan ini sudah di *insert* dan diinternalisasi dalam pengembangan sistem etika bisnis. Rumusan ini diharapkan menjadi rujukan bagi *moral awareness* para pebisnis muslim

² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 48-50.

untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan bisnisnya.³ Aksioma tersebut di antaranya yaitu keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, serta kebajikan. Kelima aksioma ini dikembangkan oleh Rafik Issa Beekum untuk membentuk sistem etika bisnis Islam agar menjadi tolok ukur bagi seorang muslim dalam bermuamalah sesamanya. Adapun peneliti memilih pemikiran beliau karena dinilai lebih aplikatif bagi pebisnis muslim untuk diterapkan dalam berusaha.

Penelitian ini akan memaparkan secara spesifik mengenai Dampak *Franchise* Indomaret terhadap UMKM Perspektif Etika Bisnis Islam. Dalam penelitian ini, akan dideskripsikan dan dianalisis mengenai dampak *franchise* Indomaret tersebut dan akan ditinjau dengan perspektif etika bisnis Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun fokus masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana dampak *franchise* Indomaret terhadap UMKM perspektif Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dilakukannya penelitian ini adalah bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis dampak *franchise* Indomaret terhadap UMKM perspektif Etika Bisnis Islam.

³ Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2015), hlm. 88-89.

2. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, terdapat beberapa manfaat yang dapat diambil, baik untuk kepentingan akademis maupun kepentingan praktis:

a. Manfaat Akademis

Dengan hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat secara akademis terutama bermanfaat bagi peneliti dan dapat memperluas pengetahuan mengenai etika bisnis Islam baik secara teori maupun praktik.

b. Manfaat Praktis

1) Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi masyarakat luas berkenaan dengan bisnis *franchise*, khususnya gerai indomaret.

2) Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pemerintah daerah terkait peraturan tentang batasan usaha *franchise* dalam membuat kebijakan daerah, sehingga tidak memiliki dampak negatif bagi pelaku UMKM di desa

Maguwoharjo, Kec. Depok, Kab. Sleman, Yogyakarta.

D. Sistematika Penulisan

Agar memudahkan pembaca dan penulis sendiri, serta lebih terarahnya penelitian, penulisan tesis ini disusun berdasarkan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab *pertama* berisi pendahuluan yang memuat penjelasan tentang unsur-unsur yang menjadi syarat dalam sebuah penelitian, yaitu latar belakang masalah, merupakan alasan pokok peneliti mengkaji dalam memilih topik penelitian. Rumusan masalah, merupakan problematik yang terjadi untuk penelitian yang dibuat berupa pertanyaan agar diperoleh jawabannya setelah penelitian dilakukan. Tujuan dan manfaat penelitian, merupakan rumusan kalimat yang menunjukkan adanya suatu hal yang diperoleh setelah penelitian. Sedangkan sistematika pembahasan, mengemukakan pentingnya bab dan subbab penelitian dan menjelaskan hubungan antara satu dengan yang lain..

Bab *kedua* berisikan pemaparan mengenai kajian penelitiann terdahulu sebagai tolok ukur peneliti yang memuat keterangan-keterangan dari peneliti sejenis yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu juga memaparkan teori yang dijadikan landasan dalam penelitian. Adapun teori yang dibahas pada bab ini terdiri atas tiga macam, yaitu teori mengenai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yang terdiri dari pengertian UMKM, peran strategis UMKM, berbagai bentuk perusahaan UMKM, tantangan dan masalah UMKM, peran *technopreneurship* dalam pengembangan UMKM. Sedangkan teori ketiga mengenai etika bisnis Islam yang terdiri dari pengertian etika bisnis Islam, konsep-konsep filsafat etika Islam, prinsip-prinsip dasar.

Bab *ketiga* menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian, di antaranya; jenis penelitian dan pendekatan, tempat atau lokasi

penelitian, informasi penelitian, teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data, keabsahan data, dan teknik analisis data.

Bab *keempat* memaparkan hasil penelitian dan pembahasan dengan analisis data yang diperoleh dari penelitian. Analisis data ini akan dikaji menurut teori yang ada sebagai landasan pokok bagi peneliti untuk menyimpulkan hasil penelitian.

Bab *kelima* berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Pada bab ini akan disimpulkan hasil analisis yang didapat serta solusi yang dapat dijadikan saran untuk tercapainya persaingan yang sehat antar pelaku bisnis.

