

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis dengan segala bentuknya telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan setiap hari. Bisnis selalu memegang peranan penting di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Karena bisnis yang baik dapat menghasilkan keuntungan atau laba yang maksimal. Bisnis juga dilihat dari segi moral yaitu perilaku yang sesuai dengan norma-norma moral, suatu perbuatan dapat dinilai baik kalau memenuhi standar etis, demikian juga tidak kalah pentingnya bahwa bisnis juga dilihat dari hukum, yaitu bisnis yang baik yakni bisnis yang patuh terhadap hukum.

Melihat perkembangan zaman sekarang dengan persaingan bisnis yang kompetitif dan ketat yang memperebutkan konsumen, bagian pemasaran sebagai pelaksana dunia usaha yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai.¹ Pemasar tentunya harus terus mencari terobosan-terobosan baru dengan melalui promosi, untuk mengimbangi upaya promosi dari pesaing, pada intinya promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan suatu aktivitas pemasaran yang berusaha

¹ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2013), hlm. 4

menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan membujuk atas produk terhadap yang ditawarkan perusahaan.²

Bisnis ritel berkembang sangat pesat karena cukup terbukanya peluang pasar, serta upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara salah satunya mengembangkan bisnis ritel. Bisnis ritel di Indonesia memberikan kontribusi yang besar dengan menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunanya.³

Selama ini bisnis, dikesankan dengan usaha untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, karena dari hukum ekonomi klasik mengendalikan modal sekecil-kecilnya dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin bahkan harus ditempuh dengan cara kotor dan tidak etis.⁴ Islam tidak begitu saja membiarkan seseorang bekerja sesuka hati mereka untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan haram, dan disebut dengan etika.

² Doni Mardiyanto, *Analisis strategi komunikasi pemasaran*, Jurnal Edunomika, Vol. 03, No. 01, Februari 2019

³ Euis Soliha, *Analisis Industri Ritel Di Indonesia*, Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol. 15, No. 2, September 2008

⁴ Muhammad Saifullah, *Etika bisnis islami dalam praktek bisnis rasulullah*, Jurnal Ekonomi islam, Vol. 19, No. 1, Mei 2011

Dalam kegiatan bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika. Etika merupakan ilmu yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral.⁵ Jadi etika bisnis yaitu kegiatan berbisnis atau perdagangan yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan. Sedangkan Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Terdapat prinsip (*aksioma*) dalam ilmu ekonomi Islam yang mesti diterapkan dalam bisnis syari'ah atau biasa disebut juga dengan istilah etika bisnis Islam, yaitu : tauhid (*unity/kesatuan*) dan keseimbangan atau keadilan (*equilibrium*).⁶ Konsep tauhid, aspek sosial, ekonomi, politik dan alam, semuanya milik Allah, Allah menyuruh manusia untuk menghindari diskriminasi di segala aspek, hindari kegiatan yang tidak etis.⁷ Keadilan dalam berbisnis, serta jujur memberikan informasi dan dalam bertransaksi juga tidak merugikan, sangat diperlukan oleh pembeli atau konsumen.⁸

Konsumen pasti akan melihat keadilan dalam berbisnisnya, dimulai dari itulah para konsumen bisa melihat bisnis itu baik. Saat ini label halal menjadi alasan masyarakat yang beragama muslim dalam mengkonsumsi dan memilih makanan dan minuman. Selain cap halal dari MUI, makanan dan minuman tersebut harus diperhatikan halal-nya bermula dari supplier

⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2006), hlm. 15

⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm. 43-44

⁷ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis...*, hlm. 37

⁸ *Ibid.*, hlm. 37

dan reseller. Karena produk di katakan halal dari proses penyaluran barang dari pabrik hingga ke tangan konsumen juga harus di perhatikan.

Di Tasikmalaya tepatnya di jalan Purbaratu. Terdapat ritel modern atau mini market bernama Qini Mart yang didirikan oleh Pesantren Idrisiyah sejak tahun 2010. Qini Mart ini menjual barang atau produk halal, Qini Mart secara pengelolaan sudah bersaing dengan ritel modern lainnya, dan sudah menjadi salah satu solusi bagi penguatan ekonomi umat. Karena menurut masyarakat, Qini Mart merupakan ritel atau mini market dengan label syariah.

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan penulis masih ada permasalahan dan penyimpangan yang ada dalam kegiatan berbisnisnya, dilihat dari penerapan *unity* atau tauhidnya terutama dalam hal melaksanakan kegiatan bisnis yang tidak sesuai menurut ajaran syariat Islam, yaitu terjadi ketika harga barang sedang murah maka toko membeli barang dengan jumlah banyak kemudian di stok di gudang, dan kemudian nantinya dijual ketika harga sedang mahal, namun ketika harga pembelian barang tersebut mahal tetapi dengan rentan waktu dekat harga tersebut terjadi penurunan harga, toko menjualnya dengan harga yang tetap sama. Salah satu contohnya ketika harga minyak Rp.15.000 maka toko membeli dan stok barang dengan banyak di gudang, ketika harga naik menjadi Rp.20.000 toko tersebut langsung mengeluarkan semua barang yang ada di gudang untuk dijual. Dan ketika harga pembelian minyak Rp.20.000 dan penjualan Rp.23.000, dan terjadi penurunan harga di pasaran ke

Rp.15.000 toko tetap menjual dengan harga pertama yakni di Rp.23.000. Dapat dilihat bahwa permasalahan tersebut sudah keluar dari koridor syariat Islam. Penulis menganggap ini sebagai permasalahan yang sangat serius sehingga penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut.

Kemudian permasalahan selanjutnya masih banyaknya keluhan dan *Complain* dari pengunjung atau konsumen toko dikarenakan banyak barang yang *Expired* atau kadaluwarsa, menurut keterangan salah satu dari konsumen atau pelanggan toko Qini Mart, menuturkan pernah membeli roti dan tidak melihat bungkusannya, ternyata roti tersebut sudah *Expired*, selain itu pernah juga dengan harga yang tidak sesuai, dimana harga yang dipajang dengan harga yang dikasir berbeda. Dari fenomena yang terjadi di ritel atau mini market Qini Mart sudah memunculkan suatu permasalahan, sehingga penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut terutama dalam penerapan prinsip *Unity* dan *Equilibrium* ini belum terlaksana dengan baik.

Setelah melakukan studi pendahuluan dalam permasalahan ini, penulis mendapatkan judul yang dirasa tepat untuk melakukan penelitian lebih lanjut yaitu “**Analisis Penerapan Prinsip Unity Dan Equilibrium Di Minimarket Qini Mart Tasikmalaya**”.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak di teliti yaitu :

1. Bagaimana penerapan prinsip *Unity* di mini market Qini Mart Tasikmalaya?
2. Bagaimana penerapan prinsip *Equilibrium* di mini market Qini Mart Tasikmalaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan penulis diatas, maka ada beberapa tujuan yang ingin digapai dari pelaksanaan penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui penerapan prinsip *unity* di mini market Qini Mart Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui penerapan prinsip *equilbirium* di mini market Qini Mart Tasikmalaya.

D. Manfaat Penelitian

Dengan mengkaji mengenai “Analisis penerapan prinsip *unity* dan *equilibrium* di mini market Qini Mart Tasikmalaya” ini ada beberapa manfaat dan kegunaan yang di harapkan dapat diambil :

1. Bagi Akademis
 - a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam

mengenai penerapan prinsip *unity* dan *equilibrium* pada suatu perusahaan.

- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan dan masukan bagi perusahaan guna meningkatkan kinerja perusahaan.

3. Bagi penulis

Adapun manfaat bagi penulis, secara pribadi yakni, mampu memahami dengan dapat memberikan wawasan yang luas dan pengalaman baru serta menambah pengetahuan penulis tentang bagaimana penerapan prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip *unity* dan *equilibrium* di mini market Qini Mart.