

Az Zarqa'

Jurnal Hukum Bisnis Islam

ISSN: 2087-8117

Vol. 11, No. 2, Desember 2019

Pemimpin Redaksi

Saifuddin

Redaktur Pelaksana

Ratnasari Fajariya Abidin

Tim Redaksi

Abdul Mujib

Abdul Mughits

Fakhri Husein

Widyarini

Zusiana Elly Triantini

Afif Muhammad

A.Hashfi Luthfi

Wardatul Fitri

Redaktur Ahli

Syamsul Anwar

Hamim Ilyas

Moch. Sodik

Kholid Zulfa

Syafaul Mudawam

Tata Usaha/Distributor

Trisnawati

Diterbitkan oleh:

Jurusan Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN
Sunan Kalijaga Yogyakarta

Alamat Redaksi

Jurusan Muamalat Lt. 3

Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Telp. (0274) 512840

Fax. (0274) 545614

website: <http://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/azzarqa>

Jurnal Az Zarqa'

merupakan jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Jurusan Muamalat Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang dibentuk pada tanggal 1 Desember 2010. Jurnal ini dimaksudkan sebagai wadah untuk menuangkan, *menshare* dan mempublikasikan hasil kajian-kajian hukum Islam khususnya hukum bisnis Islam. Jurnal ini sudah Open Journal System (OJS).

Daftar Isi

Tinjauan Hukum Islam terhadap Eksistensi Minimarket Alfamart dan Indomaret di Indonesia <i>Evi Damayanti</i>	221-244
Leasing Dalam Lembaga Keuangan Syari'ah <i>Saefuddin</i>	245-266
Faktor Pengaruh Minat Membayar Zakat Mal Studi pada LAZ 'Baitul Mal MJK' di Yogyakarta <i>Widyarini & Wahyu Yuliana</i>	267-287
Analisis Yuridis Undang-Undang Nomor 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro terhadap Baitul Tamwil <i>Ramadhani Alfin Habbibie</i>	289-313
Perlindungan Hukum terhadap Nasabah BMT Asyiffa Kec. Sekampung Lampung Timur yang Dilikuidasi <i>Ayu Franita Putri</i>	315-330
Bank Wakaf Mikro Sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Analisis UU No 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dan UU No 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro) <i>Nur Mifchan Solichin</i>	331-353
Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu dalam Perspektif Hukum Bisnis Syari'ah <i>Qurotul Aini</i>	355-384
<i>Al Hajat Al Ammah</i> (Kebutuhan Publik) dalam Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan <i>Aulia Rahman Pasaribu</i>	385-402
Optimalisasi Dana ZIS pada LAZISNU Kecamatan Ampel Kabupaten Boyolali <i>Sifaul Amin</i>	403-422

Optimalisasi Sukuk Dana Haji Indonesia sebagai
Instrumen Pembiayaan Infrastruktur (Analisis Tugas,
Fungsi dan Wewenang BPKH dalam UU No 34 Tahun 2014
tentang Pengelolaan Keuangan Haji)

Abdul Rahman Ashidiq

423-435

Analisis Kewenangan Gadai Syariah Menurut
Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/ Pojk.05/2016
Tentang Usaha Pegadaian

Maria Ulfa KN

437-452

Instrumen Investasi
dalam Perusahaan Asuransi Syariah

Uswatun Hasanah

453-479

Tinjauan Hukum Islam terhadap Eksistensi Minimarket Alfamart dan Indomaret di Indonesia

Evi Damayanti

Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Email: evidamayantilatif@gmail.com

Abstrak

Artikel ini fokus untuk meneliti bagaimana analisis dalam hukum Islam terhadap eksistensi minimarket Alfamart dan Indomaret di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa eksistensi minimarket Alfamart dan Indomaret dalam kegiatan perdagangannya ditinjau dalam hukum Islam termasuk dalam monopoli. Serta dalam aktivitas perdagangannya, tidak memperhatikan persaingan usaha dan prinsip keadilan dalam hukum Islam. Untuk mencegah ekspansi kedua minimarket tersebut diperlukan pendekatan Saddu Al-Dzari'ah agar tidak memberikan dampak tidak baik bagi pesaingnya yaitu toko kelontong dan pasar tradisional.

Kata kunci: *Hukum Islam, Minimarket, Monopoli*

Pendahuluan

Melihat pada perkembangan teknologi dan pertumbuhan perekonomian di Indonesia sekarang ini, memunculkan pemikiran baru seperti bisnis ritel. Bisnis ritel didefinisikan sebagai semua aktivitas yang menambah nilai barang dan jasa dengan tujuan melakukan proses pendistribusian pada konsumen akhir untuk tujuan pemenuhan kebutuhan pribadi dan bukan kebutuhan bisnis. Terdapat 3 (tiga) pengelompokan ritel yang ada, salah satunya adalah pengelompokan ritel berdasarkan kepemilikan, yang terdiri dari pendirian toko tunggal atau mandiri dan toko waralaba.¹ Barisan ritel toko tunggal adalah toko atau kios dengan ukuran toko umumnya di bawah 100 m² (seratus meter

¹ Christina Whidya Utami, *Strategi Pemasaran Ritel*, (Jakarta: Indeks, 2008), hlm. 31.

persegi) seperti toko kelontong dan *minimarket* modern yang kepemilikannya secara individual, sedangkan di barisan ritel toko waralaba adalah ritel yang dibangun berdasarkan kontrak kerja bagi hasil antara pengusaha investor perseorangan dengan pewartalaba yang merupakan pemegang lisensi/nama toko, sponsor, dan pengelola usaha, seperti *minimarket* Alfamart dan Indomaret.²

Minimarket Alfamart dan Indomaret kini telah menjamur di Indonesia. Perkembangannya yang pesat mengindikasikan sebagai salah satu bentuk investasi yang menarik, sekaligus membantu pelaku usaha dalam memulai suatu usaha sendiri dengan tingkat kegagalan yang rendah.³ Sebagian pengusaha berpendapat, mengembangkan bisnis ini relatif lebih mudah dibanding memulai bisnis dari nol. Menurut Ketua Asosiasi *Franchise* Indonesia, usaha waralaba (dalam bahasa Inggris disebut dengan *Franchise*) di Indonesia memiliki tingkat keberhasilan yang cukup tinggi. Sekitar 65% (enam puluh lima persen) pembeli lisensi waralaba berhasil mengembangkan usahanya dan tidak sekedar balik modal.⁴ Pertumbuhan Alfamart dan Indomaret yang pesat di wilayah Indonesia dapat dilihat pada data berikut:

Tabel 1.1 Pertumbuhan Gerai Alfamart dan Indomaret

Tahun	Alfamart	Indomaret
2009	3.373	3.892
2010	4.812	4.955
2011	5.797	6.006
2012	6.585	7.245
2013	8.557	8.814
2014	9.757	10.600

Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat bahwa setiap tahunnya Alfamart dan Indomaret terus bertambah jumlahnya bahkan setiap tahunnya tidak pernah berkurang. Namun, di balik

² Danang Sunyoto, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service, 2015), hlm. 11.

³ <https://www.indomaret.co.id>, akses 31 Januari 2018.

⁴ Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 9.

data tersebut tidak sepenuhnya dimiliki oleh perusahaan, ada sekitar 50% (lima puluh persen) di antaranya gerai tersebut milik pewaralaba.⁵

Perkembangan *minimarket* Alfamart dan Indomaret yang begitu pesat di tanah air saat ini memang sekilas nampak baik bagi perekonomian Indonesia, namun apabila ditelusuri secara lebih mendalam maka jenis ritel lainnya yang sejenis yaitu toko kelontong yang sudah eksis terlebih dahulu justru mengalami penurunan pendapatan. Masalah mulai muncul, ketika Alfamart dan Indomaret mulai bergerak bebas tidak lagi terfokus di kota-kota besar, namun sampai pada menerobos ke pelosok desa bahkan tidak memperhatikan jarak pendirian dengan pelaku usaha lainnya yang sejenis di sekitarnya. Upaya dari Pemerintah terhadap pembinaan toko modern termasuk *minimarket*, *supermarket*, *hypermart*, dan sebagainya, lahirlah Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang mengatur pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil, menengah, yang ada di wilayah bersangkutan⁶ serta memperhatikan jarak antara pusat berbelanja atau *hypermart* dengan pasar tradisional⁷ yang telah ada sebelumnya.⁸ Hal

⁵ Reza Haditya Raharjo, "Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)", *Skripsi* Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang (2015), hlm. 4.

⁶ Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, Pasal 4 ayat (1) huruf (a).

⁷ Pasar tradisional menurut Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

⁸ Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, Pasal 4 ayat (1) huruf (b).

ini dimaksudkan agar usaha kecil dan menengah serta pasar tradisional yang telah ada sebelumnya menjadi tidak tersisihkan dikarenakan pembangunan toko modern tersebut.⁹

Terkait dengan ketentuan jarak antara toko modern dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya diatur dalam Peraturan Daerah masing-masing. Salah satunya adalah Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 Tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket Di Kota Yogyakarta, ketentuannya adalah untuk toko modern paling dekat adalah 400 m (empat ratus meter) dari pasar tradisional¹⁰, namun pada praktiknya masih terdapat Alfamart dan Indomaret yang berdiri dekat dengan pasar tradisional termasuk toko yang melakukan kegiatan usaha yang sama, yaitu toko kelontong. Hal ini secara langsung maupun tidak langsung mengganggu kegiatan usaha yang dilakukan oleh toko sejenisnya.

Permasalahan lainnya adalah ketika Alfamart dan Indomaret yang semakin mudah dijangkau karena keberadaannya menyebar di setiap wilayah dengan jam operasional usaha 24 (dua puluh empat) jam. Hal ini berdampak pada toko kelontong di sekitarnya menjadi kalah bersaing karena jam operasional toko modern tersebut lebih lama dari pemilik toko kelontong. Jam buka usaha yang lebih lama merupakan salah satu strategi untuk mendatangkan laba lebih banyak.

Atas beberapa fakta *minimarket* dalam melakukan kegiatan perdagangannya mempunyai dampak negatif terhadap usaha lainnya tersebut di atas, Komisi Pengawas Persaingan Usaha menyatakan bahwa dalam pengembangan usahanya khususnya *minimarket* Indomaret yang telah diberikan putusan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha Tidak Sehat Nomor: 03/KPPU-L-I/2000 kurang memperhatikan prinsip keseimbangan sesuai asas demokrasi ekonomi dalam menumbuhkan persaingan sehat antara kepentingan pelaku usaha dengan kepentingan umum.

Ajaran agama Islam mengajarkan konsep persaudaraan dan perlakuan yang sama bagi setiap individu dalam masyarakat dan di hadapan hukum serta harus diimbangi dengan keadilan ekonomi. Diwujudkannya keadilan ekonomi, setiap individu akan

⁹ Anis Ibrahim, *Legislasi dan Demokrasi*, (Malang: Publisher, 2008), hlm. 150.

¹⁰ Pasal 6 ayat (1).

mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusi masing-masing kepada masyarakat, supaya harta tidak beredar di antara orang-orang yang kaya saja di antara kalian.

Berdasarkan uraian di atas, inti pokok artikel ini adalah bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap eksistensi *minimarket* Alfamart dan Indomaret di Indonesia?, bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap persaingan usaha *minimarket* Alfamart dan Indomaret di Indonesia?, bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap *minimarket* Alfamart dan Indomaret di Indonesia dalam mewujudkan prinsip keadilan?, dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap ekspansi yang dilakukan *minimarket* Alfamart dan Indomaret di Indonesia?.

Sekilas Tentang Alfamart dan Indomart

1. Alfamart

Alfamart adalah sebuah nama *minimarket* penyedia kebutuhan sehari-hari yang dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk yang berdiri pada tahun 1989. Pada awal berdirinya, dimulai dengan usaha dagang rokok dan barang-barang konsumsi oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT. HM Sampoerna pada Desember 1989.

Pada tahun 1994, struktur kepemilikan berubah menjadi 70% (tujuh puluh persen) dimiliki oleh PT. HM Sampoerna Tbk dan 35% (tiga puluh lima persen) dimiliki oleh PT. Sigmantara Alfinda (keluarga Djoko Susanto).

Pada sisi lain PT. Alfa Minimart Utama didirikan pada 27 Juli 1999, dengan pemegang saham PT. Alfa Retailindo Tbk sebesar 51% (lima puluh satu persen) dan PT. Lancar Distrindo sebesar 49% (empat puluh sembilan persen). PT. Alfa Minimart Utama ini kemudian membuka Alfa Minimart pada tanggal 18 Oktober 1999 berlokasi di jalan Beringin Raya Karawaci Tangerang.

Pada tanggal 27 Juni 2002, PT. HM Sampoerna Tbk secara resmi merestrukturisasi kepemilikan sahamnya di PT. Alfa Retailindo Tbk. Saham HM Sampoerna di Alfa Retailindo yang semula 54,4% (lima puluh empat koma empat persen) dikurangi menjadi 23,4% (dua puluh tiga koma empat persen).

Pada tanggal 1 Agustus 2002, kepemilikan beralih ke PT. Sumber Alfaria Trijaya dengan pemegang saham PT. HM

Sampoerna Tbk sebesar 70% (tujuh puluh persen) dan PT. Sigmantara Alfalindo sebesar 30% (tiga puluh persen).

Pada tanggal 1 Januari 2003 nama Alfa Minimart diganti menjadi Alfamart. Selanjutnya pada tahun 2005 jumlah gerai alfamart bertumbuh pesat yaitu sejumlah 1.293 gerai hanya dalam waktu 6 (enam) tahun yang tersebar di pulau Jawa.

Awal tahun 2006 PT. HM Sampoerna Tbk menjual sahamnya, sehingga struktur kepemilikan menjadi PT. Sigmantara Alfindo 60% (enam puluh persen) dan PT. Cakrawala Mulia Prima 40% (empat puluh persen).

Pertengahan tahun 2007, Alfamart sebagai jaringan minimarket pertama di Indonesia yang memperoleh sertifikat ISO 9001:2000 untuk sistem manajemen mutu dengan jumlah gerai mencapai 2.000 (dua ribu) dan telah memasuki pasar Lampung.

Pada 15 Januari 2009 Alfamart menjadi perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia disertai dengan penambahan jumlah gerai mencapai 3.000 (tiga ribu) dan hingga memasuki pasar Bali.¹¹

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk merupakan salah satu perusahaan retail *minimarket* terkemuka di Indonesia dengan lisensi merek dagang Alfamart. Berikut adalah anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk:

- 1) PT Midi Utama Indonesia Tbk
- 2) PT Sumber Indah Lestari
- 3) PT Sumber Medika Lestari
- 4) Alfamart Retail Asia Pte., Ltd.
- 5) PT Sumber Trijaya Lestari.¹²

2. Indomaret

Pada tahun 1988 didirikanlah sebuah gerai yang diberi nama Indomaret. Sejalan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja.

Guna mengakomodasi tujuan tersebut, beberapa orang

¹¹ Muh. Afief Sallatu, "Pengaruh Faktor Kelas Sosial, Keluarga, Gaya Hidup, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Di Pasar Modern (Studi Kasus Pada Alfamart Di Kecamatan Panakukang Kota Makassar)", *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar (2012), hlm. 51.

¹² Corporate.alfamartku.com, Akses 22 Mei 2018.

karyawanditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai modern berdasarkan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman. Berbekal pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, keterampilan pengoperasian toko dan pergeseran perilaku belanja masyarakat ke gerai modern, maka terbit keinginan luhur untuk mengabdikan lebih jauh bagi nusa dan bangsa. Niat ini diwujudkan dengan mendirikan Indomaret, dengan badan hukum PT. Indomarco Prismatama.¹³

PT. Indomarco Prismatama adalah perusahaan swasta nasional pengelola jaringan *minimarket* Indomaret dengan akta notaris No. 207, tertanggal 21 November 1988 oleh Bapak Benny Kristianto dan SIUP No.789/0902/PB/XII/88 tanggal 20 Desember 1988. Sesuai dengan Akta Pendirian Perusahaan No. 207 tertanggal 21 November 1988 tersebut di atas.

Indomaret merupakan salah satu jaringan mini market di Indonesia yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 m² (dua ratus meter persegi). Awal terbentuknya perusahaan ini dimulai dari sebuah toko Indomaret yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari yang pertama kali dibuka pada tahun 1987 di Pontianak, Kalimantan Barat. Usaha ini mulai berkembang ketika PT. Indomarco Prismatama pertama kali membuka gerai Indomaret di Jakarta yang berlokasi di Ancol, Jakarta Utara pada November 1988 yang kemudian disusul dengan pembukaan gerai-gerai Indomaret di tempat-tempat lainnya.

Padamulanya Indomaret membentuk konsep penyelenggaraan gerai yang berlokasi di dekat hunian konsumen, menyediakan berbagai kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari, melayani masyarakat umum yang bersifat majemuk. Seiring dengan perjalanan waktu dan kebutuhan pasar, Indomaret terus menambah gerai di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata dan apartemen. Bermula dari hal ini terjadilah proses pembelajaran untuk pengoperasian suatu jaringan retail yang berskala besar, lengkap dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bervariasi.

¹³ <https://www.indomaret.co.id>, Akses 24 Maret 2018.

Setelah menguasai pengetahuan dan keterampilan mengoperasikan jaringan ritel dalam skala besar, manajemen berkomitmen untuk menjadikan Indomaret sebagai sebuah aset nasional. Hal ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa seluruh pemikiran dan pengoperasian perusahaan ditangani sepenuhnya oleh putra-putri Indonesia. Sebagai aset nasional, Indomaret ingin berbagi kepada masyarakat Indonesia melalui bisnis waralaba dan juga mampu bersaing dalam persaingan global. Konsep bisnis waralaba Indomaret adalah yang pertama dan merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia. Sambutan masyarakat ternyata sangat positif, terbukti dengan peningkatan jumlah terwaralaba Indomaret dari waktu ke waktu.

PT. Indomarco Prismatama mulai memperkenalkan sistem kemitraan kepemilikan dan pengelolaan gerai dengan cara waralaba dan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia. Pada Mei 2003, sistem waralaba Indomaret telah terbukti keberhasilannya dengan diperolehnya penghargaan dari Presiden Republik Indonesia saat itu yaitu Presiden Megawati Soekarno Putri sebagai Perusahaan Waralaba Nasional 2003.

Pada bulan Desember 2010 jumlah *minimarket* Indomaret mencapai 4.955 (empat ribu sembilan ratus lima puluh lima) gerai, dari total tersebut 3.058 (tiga ribu lima puluh delapan) gerai adalah milik sendiri dan sisanya 1.897 (seribu delapan ratus sembilan puluh tujuh) gerai waralaba milik masyarakat, yang tersebar di kota-kota di Jabotabek, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Yogyakarta, Bali, dan Lampung. Wilayah DKI Jakarta terdapat sekitar 488 (empat ratus delapan puluh delapan) gerai.

Gerai Indomaret dapat ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran, dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto “mudah dan hemat”. Lebih dari 3.500 (tiga ribu lima ratus) jenis produk makanan dan non-makanan tersedia dengan harga bersaing, memenuhi hampir semua kebutuhan konsumen sehari-hari. Didukung oleh 13 (tiga belas) pusat distribusi, yang menggunakan teknologi mutakhir, Indomaret merupakan salah satu aset bisnis yang sangat menjanjikan. Keberadaan Indomaret diperkuat oleh anak perusahaan di bawah bendera grup INTRACO, yaitu Indogrosir, BSD Plaza dan Charmant. Keunggulan-keunggulan yang telah dimiliki oleh Indomaret tersebut tidak menyurutkan semangat PT.

Indomarco Prismatama untuk terus berusaha mengembangkan Indomaret sebagai jaringan minimarket terbaik di Indonesia.

Hubungan kerja sama yang dijalin dengan lebih dari 500 (lima ratus) pemasok membuat Indomaret memiliki posisi yang baik dalam menentukan produk-produk yang akan dijualnya. Selain itu, sistem distribusi yang didukung oleh jaringan pemasok yang handal dalam menyediakan produk terkenal dan berkualitas serta sumber daya manusia yang kompeten menjadikan Indomaret sangat efisien dalam mendistribusikan produknya sehingga Indomaret mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumennya. Strategi pemasaran Indomaret juga diintegrasikan dengan kegiatan-kegiatan promosi yang dilaksanakan sehingga Indomaret dapat secara berkala menjalankan berbagai program promosi seperti memberikan penawaran harga khusus, undian berhadiah maupun hadiah langsung.

Laju pertumbuhan gerai Indomaret yang pesat dengan jumlah transaksi 14,99 (empat belas koma sembilan puluh sembilan) juta transaksi per-bulan juga 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 (Bank Central Asia). Pada setiap pusat distribusi diterapkan *digital picking system* (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.¹⁴

Pada tahun 2013, PT Dyviacom Intrabumi Tbk (DNET) mengakuisisi 3 (tiga) perusahaan yang bergerak di bidang retail yaitu PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (Sari Roti), PT Fastfood

¹⁴ Nurzalena, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan Pada Minimarket Indomaret Di Kecamatan Tampar Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam", *Skripsi* Fakultas Syari'ah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2014), hlm. 18.

Indonesia Tbk (KFC) dan PT Indomarco Prismatama (Indomaret). DNET kemudian berubah nama menjadi PT Indoritel Makmur Internasional Tbk dan menjadi induk perusahaan bagi ketiganya.

Pada tanggal 26 September 2014 Salim Group (induk usaha Indomaret) melalui kongsi strategis dengan Philadel (Philadel Terra Lestari) telah memiliki 20% (dua puluh persen) saham PT Bank Ina Perdana Tbk (Bank Ina). Philadel berencana menambah kepemilikan saham di Bank Ina hingga 30% (tiga puluh persen) untuk mensinergikan sistem kantor tanpa cabang Bank Ina dengan jaringan ritel Indomaret. Berikut adalah anak perusahaan dari Salim Group:

- 1) Elshinta Media: Majalah Elshinta, Elshinta TV, Elshinta Radio, Fit Radio, Elshinta.com
- 2) Salim Palm Plantation
- 3) BCA (Bank Central Asia)
- 4) CBN (Cyberindo Aditama)
- 5) FiberStar
- 6) CAR (Central Asia Raya): 3i-Networks
- 7) Salim Ivomas Pratama
- 8) Indolife
- 9) Indocement
- 10) Indomaret
- 11) Indogrosir
- 12) Indomobil Group
- 13) Indofood Sukses Makmur
- 14) Indofood CBP Sukses Makmur
- 15) ACA (Asuransi Central Asia)
- 16) Intikom Berlian Mustika
- 17) Kentucky Fried Chicken
- 18) Super Indo
- 19) Total Chemindo Loka
- 20) Content First Indonesia
- 21) DKT Indonesia
- 22) Elshinta Peduli Kemanusiaan.¹⁵

¹⁵ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Salim_Group, Akses 22 Mei 2018.

3. Dampak Eksistensi *Minimarket* Alfamart dan Indomaret

No	Nama Pemilik Toko	Alamat	Posisi Dengan Minimarket	Pengaruh atau Tidak Pengaruh	Dampak
1.	Retno Anggraeini	Pasar Lempuyangan	Sekitar 5 m (lima meter) dengan Alfamart	Pengaruh	Pendapatan menurun, barang yang dikulak dikurangi, jumlah pembeli menurun, dan jenis pembeli berubah.
2	Sri Suwarni	Pasar Lempuyangan	Sekitar 5 m (lima meter) dengan Alfamart	Pengaruh	Pendapatan menurun jauh, barang yang dikulak dikurangi, dan jumlah pembeli menurun.
3	Hartini	Pasar Lempuyangan	Sekitar 5 m (lima meter) dengan Alfamart	Pengaruh	Pendapatan menurun, kalah bersaing, barang yang dikulak dikurangi, dan jumlah pembeli menurun.
4	Surip	Pasar Lempuyangan	Sekitar 5 m (lima meter) dengan Alfamart	Pengaruh	Pendapatan menurun, barang yang dikulak dikurangi setengahnya, dan sebagian pembeli pindah ke <i>minimarket</i> ketika promo.
5	Sri Maryati	Pasar Lempuyangan	Sekitar 5 m (lima meter) dengan Alfamart	Pengaruh	Pendapatan menurun banyak sekali, barang yang dikulak dikurangi banyak, dan jumlah pembeli menurun.
6	Bambang	Jalan Gayam Nomor 17, Kecamatan Danurejan	Berhadapan dengan Indomaret	Pengaruh	Pendapatan menurun, barang yang dikulak dikurangi, dan jumlah pembeli menurun.

7	Rustam Effendy	Jalan Sorogenen Nomor 116, Kecamatan Umbulharjo	Berhadapan dengan Indomaret	Pengaruh	Pendapatan menurun, barang yang dikulak dikurangi, dan jumlah pembeli menurun.
8	Oktavia Irma	Jalan Sisinga-mangaraja Nomor 65, Kecamatan Mergangsan	Berhadapan dengan Alfamart	Pengaruh	Pendapatan menurun dan beberapa pembeli pindah ke <i>minimarket</i> ketika promo.
9	Ari	Jalan Gedong-kuning Nomor 144, Kecamatan Gedong-kuning	Sekitar 50 m (lima puluh meter) dengan Indomaret	Pengaruh	Pendapatan menurun, barang yang dikulak dikurangi, dan jumlah pembeli menurun.
10	Lia	Jalan Magelang Nomor 118, Kecamatan Tegalrejo	Sekitar 50 m (lima puluh meter) dengan Indomaret	Pengaruh	Pendapatan menurun, barang yang dikulak dikurangi, dan jumlah pembeli menurun.

Eksistensi Minimarket Alfamart dan Indomaret dalam Tinjauan Hukum Islam

Sebagian ulama Hanabilah dan al-Ghazali mengkhususkan keharaman monopoli (*ihtikar*) pada jenis makanan pokok saja. Al-Ghazali mengatakan adapun yang bukan makanan pokok dan bukan pengganti makanan pokok seperti obat-obatan dan jamu tidak ada larangan meskipun itu barang yang dimakan.

Dari penjelasan al-Ghazali, Yusuf Qardhawi menilai bahwa sebagian fuqaha menganggap makanan pokok itu hanya terbatas pada makanan ringan seperti roti dan nasi atau beras tanpa minyak dan lauk pauk. Sehingga keju, minyak zaitu, madu, biji-bijian dan sejenisnya dianggap di luar kategori makanan pokok. Apa yang mereka sebutkan sebagai makanan pokok itu menurut ilmu pengetahuan modern tidak cukup untuk menjadi makanan sehat bagi manusia sebab untuk menjadi makanan sehat haruslah memenuhi sejumlah unsur pokok seperti protein, zat lemak, dan

vitamin. Jika tidak begitu maka manusia akan menjadi sasaran penyakit karena kondisi makanan yang buruk.

Pada zaman sekarang ini obat-obatan telah menjadi kebutuhan pokok manusia demikian pula halnya pakaian dan lainnya. Hal ini disebabkan kebutuhan manusia terus berkembang sesuai dengan perkembangan kondisi kehidupan mereka. Dengan demikian, Yusuf Qardhawi berpendapat haram menimbun setiap macam kebutuhan manusia seperti makanan, obat-obatan, pakaian, alat-alat sekolah, alat-alat rumah tangga, dan lainnya. Pendapat Yusuf Qardhawi mempunyai kesamaan dengan pendapat Imam Abu Yusuf (ahli fikih mazhab Hanafi) dan mazhab Maliki yang mengharamkan adanya penimbunan barang terhadap semua bahan kebutuhan manusia.

Penentuan haram tidaknya tindakan menanggukuhkan penjualan bahan makanan pokok menurut al-Ghazali dikembalikan kepada ada tidaknya unsur membahayakan ini, karena ia merupakan hal yang dipahami dari pengkhususan pelarangan monopoli bahan makanan. Jika tidak ada unsur yang membahayakan, maka memonopoli bahan makanan pokok ini tidak luput dari hukum makruh karena ia menantikan prinsip-prinsip bahaya yaitu kenaikan harga. Menantikan prinsip-prinsip bahaya (kenaikan harga) adalah terlarang seperti menantikan datangnya bahaya itu sendiri, tetapi tingkatannya lebih rendah. Menantikan datangnya bahaya itu sendiri di bawah tingkatan tindakan yang membahayakan secara langsung. Tingkat bahaya ini akan menentukan tingkat keharaman dan kemakruhan tindakan monopoli yang dilakukan.

Minimarket Alfamart dan Indomaret yang menjamur di tanah air sekarang ini apabila ditinjau dalam hukum Islam, maka ekspansi yang dilakukan kedua *minimarket* termasuk dalam monopoli, karena diketahui bahwa *minimarket* Alfamart dan Indomaret memiliki induk perusahaan dan induk perusahaan tersebut memiliki anak-anak perusahaan di bawahnya yang menjual produk mereka di perusahaan sendiri. Sebagaimana diketahui bahwa anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk yaitu PT Midi Utama Indonesia Tbk, PT Sumber Indah Lestari, PT Sumber Medika Lestari, Alfamart Retail Asia Pte., Ltd., PT Sumber Trijaya Lestari. Selanjutnya Indomaret memiliki induk perusahaan di atasnya yaitu Salim Group yang mana Salim Group ini juga

menjadi induk bagi perusahaan lainnya seperti Elshinta Media, Salim Palm Plantation, BCA (Bank Central Asia), CBN (Cyberindo Aditama), FiberStar, CAR (Central Asia Raya), Salim Ivomas Pratama, Indolife, Indocement, Indomaret, Indogrosir, Indomobil Group, Indofood Sukses Makmur, Indofood CBP Sukses Makmur, ACA (Asuransi Central Asia), Intikom Berlian Mustika, Kentucky Fried Chicken, Super Indo, Total Chemindo Loka, Content First Indonesia, DKT Indonesia, Elshinta Peduli Kemanusiaan. Oleh karena PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk menjadi induk dari Alfamart dan Salim Group menjadi induk dari Indomaret dan perusahaan-perusahaan tersebut lainnya di atas, maka hal ini dapat dikatakan sebagai *talaqqi rukban* karena memotong jalur distribusi yang dimanfaatkan untuk mencari keuntungan yang lebih sehingga terjadilah penzaliman antara pedagang kota (pihak yang memiliki informasi yang lebih lengkap) dengan petani di luar kota (produsen yang tidak memiliki informasi yang benar tentang harga di pasar) dan hal inilah yang dilarang.

Persaingan Usaha dalam Hukum Islam

Eksistensi *minimarket* Alfamart dan Indomaret di Indonesia, khususnya pada posisi pendirian kedua *minimarket* tersebut yang dekat bahkan berhadapan dengan toko kelontong dan pasar tradisional serta jam operasional usaha 24 (dua puluh empat) jam yang dijadikan sebagai strategi untuk meraup keuntungan lebih banyak apabila ditinjau dari unsur dalam persaingan usaha menurut Islam:

1. Pihak-Pihak Yang Bersaing

Islam mengajarkan dalam hal kerja bagi setiap Muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana dalam firman Allah SWT:

ولكل وجهه هومولها صلى فاستبقوا الخیرت آ أين ما تكونوا یأت بكم الله جمیعا ح
 إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ¹⁶

Berdasarkan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, melainkan dilakukan

¹⁶ Q.S Al-Baqarah (2): 148.

untuk memberikan suatu yang terbaik dari usaha yang dilaksanakannya.

Eksistensi *minimarket* Alfamart dan Indomaret di Indonesia jika ditinjau dari unsur persaingan usaha dalam hukum Islam dari segi pihak-pihak yang bersaing, maka eksistensi *minimarket* tersebut khususnya *minimarket* dengan posisi yang dekat dengan toko kelontong dan pasar tradisional serta jam operasional usaha 24 (dua puluh empat) jam yang dijadikan sebagai strategi untuk meraup keuntungan lebih banyak selain bertentangan dengan salah satu unsur persaingan usaha yang diajarkan oleh Islam, juga bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yaitu tidak memperhatikan pihak-pihak pesaing lainnya yang juga mengais rezeki untuk kehidupan mereka.

2. Segi Cara Bersaing

Kegiatan berbisnis dalam pemenuhan kebutuhan adalah bagian dari muamalah. Oleh karena itu bisnis juga tidak terlepas dari aturan hukum yang mengatur tata cara bermuamalah, sehingga persaingan bebas yang menghalalkan segala cara adalah praktik yang seharusnya dihilangkan karena bertentangan dengan parinsip-prinsip muamalah.

Setiap orang dalam kelangsungan bisnisnya akan berhubungan dengan pihak-pihak lain, seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis. Mengenai hubungan dengan pesaing bisnis, Rasulullah SAW memberikan contoh tentang tata cara bersaing dengan baik, ketika berdagang Rasulullah tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya.

Berdasarkan pernyataan sampel yang menyatakan mengalami penurunan pendapatan karena adanya *minimarket* Alfamart dan Indomaret yang berdiri dekat dengan toko kelontong dan pasar tradisional serta jam operasional usaha 24 (dua puluh empat) jam yang dijadikan sebagai strategi untuk meraup keuntungan lebih banyak, maka eksistensi *minimarket* tersebut bertentangan dengan persaingan usaha dalam hukum Islam dari segi cara bersaing. Karena dalam aktivitas perdagangannya khususnya pada *minimarket* yang berdiri dekat dengan toko kelontong dan pasar tradisional serta jam operasional usaha 24 (dua puluh empat) dapat menghancurkan pesaing bisnisnya yaitu dengan mengalami penurunan pendapatan.

3. Produk (Barang dan Jasa) yang Dipersaingkan

Beberapa keunggulan dari produk yang dijual baik itu barang ataupun jasa yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:

- a. Produk, baik barang ataupun jasa yang dipersaingkan seharusnya halal. Spesifikasinya harus sesuai yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, dan kualitasnya haruslah terjamin dan bersaing.
- b. Harga, lebih baik jika harga yang ditawarkan kompetitif. Dan tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing bisnis demi meraup keuntungan pribadi.
- c. Tempat, sebaiknya tempat yang dipergunakan untuk usaha adalah baik, sehat, dan nyaman. Lebih baik menghindari melengkapi tempat usaha dengan hal-hal yang dilarang misalnya gambar porno, minuman keras, dan lainnya hanya untuk menarik konsumen.
- d. Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tetapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat. Misalnya, menempatkan perempuan cantik berpakaian seksi demi untuk menarik konsumen.
- e. Layanan purna jual merupakan pelayanan yang akan melanggengkan pelanggan. Akan tetapi, ini diberikan dengan cuma-cuma atau sesuai dengan akad.

Eksistensi *minimarket* Alfamart dan Indomaret dalam aktivitas perdagangannya, jika ditinjau dari unsur persaingan usaha dalam hukum Islam dari segi produk (barang dan jasa) yang dipersaingkan, maka kedua *minimarket* tersebut sudah memberikan pelayanan yang baik, seperti: tempat yang ber-AC, barang yang diperjual belikan dilakukan dengan sistem swalayan yaitu pembeli dapat mengambil sendiri barang yang dibutuhkan, menyediakan tempat duduk di depan gerai bagi pembeli yang ingin beristirahat sejenak dari perjalanannya, tempat parkir yang luas, dan toilet. Hal ini telah sesuai dengan persaingan usaha dalam hukum Islam.

Prinsip Keadilan dalam Hukum Islam

Ajaran Islam hanya membolehkan usaha yang dilakukan dengan adil, jujur, dan cara yang bijaksana. Untuk mencapai sasaran ini, Islam tidak memberikan kebebasan tanpa batas di dalam usaha ekonomi seperti yang terdapat pada sistem kapitalis. Sistem kapitalis mengizinkan orang-orang mencari harta sebanyak-banyaknya dengan cara yang mereka sukai dan memberikan kebebasan tanpa batas kepada setiap orang dalam memperjuangkan ekonominya, sehingga orang dapat memperoleh harta sebanyak-banyaknya.

Lain halnya dengan ajaran Islam, yang memberikan prinsip-prinsip produksi yang adil dan wajar dalam sebuah bisnis, yaitu mereka dapat memperoleh kekayaan tanpa mengeksploitasi individu-individu lainnya atau merusak kemaslahatan masyarakat.

Konsep keadilan bagi setiap individu dalam masyarakat dan di hadapan hukum harus diimbangi oleh keadilan ekonomi, dengan keadilan ekonomi, setiap individu akan mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusi masing-masing kepada masyarakat. Setiap individu pun harus terbebaskan dari eksploitasi individu lainnya. Islam dengan tegas melarang seorang Muslim merugikan orang lain. Sebagaimana dalam firman Allah SWT:

ولا تبخسوا الناس أشياءهم ولا تعثوا في الأرض مفسدين¹⁷

Eksistensi *minimarket* Alfamart dan Indomaret di Indonesia, ternyata berdampak pada toko lainnya yang sejenis dalam menjalankan aktivitas perdagangannya. Sebagaimana pernyataan oleh sampel yang diteliti oleh peneliti, hasilnya bahwa 10 (sepuluh) orang sampel menyatakan bahwa keberadaan Alfamart dan Indomaret khususnya keberadaan Alfamart dan Indomaret yang berdekatan dengan toko kelontong dan pasar tradisional serta jam operasional usaha 24 (dua puluh empat) jam yang dijadikan sebagai strategi untuk meraup keuntungan lebih banyak mengakibatkan kerugian yaitu penurunan pendapatan. Sehingga, hal ini bertentangan dengan konsep keadilan yang ada dalam Islam. Al-Qur'an tidak menyetujui cara-cara perolehan kekayaan yang mendatangkan keuntungan di satu pihak dan menyebabkan kerugian di pihak lain atau karena penghasilan

¹⁷ Q.S Asy-Syu'ara (26) : 183.

sesorang mengorbankan kemaslahatan masyarakat umum.

Berdasarkan pernyataan sampel tersebut di atas, apabila ditinjau dari implikasi keadilan dalam hukum Islam, maka *minimarket* Alfamart dan Indomaret tersebut:

a. Keadilan Sosial

Islam mengaggap umat manusia sebagai suatu keluarga. Oleh karena itu, semua anggota ini mempunyai derajat yang sama di hadapan Allah. Hukum Allah tidak membedakan yang kaya dan yang miskin, demikian juga tidak membedakan yang hitam dan yang putih. Secara sosial, nilai yang membedakan satu dengan yang lain adalah ketakwaan, ketulusan hati, kemampuan, dan pelayanannya kepada masyarakat.

Berdasarkan pernyataan sampel yang mengalami penurunan pendapatan yang disebabkan oleh posisi *minimarket* Alfamart dan Indomaret yang dekat dengan toko kelontong dan pasar serta jam operasional usaha 24 (dua puluh empat) jam yang dijadikan sebagai strategi untuk meraup keuntungan lebih banyak, maka hal ini bertentangan dengan keadilan sosial yang menyatakan bahwa semua umat manusia adalah keluarga. Berdasarkan anggapan ini, maka seharusnya dalam keluarga adalah tidak saling merugikan.

b. Keadilan Ekonomi

Konsep persaudaraan dan perlakuan yang sama bagi setiap individu dalam masyarakat dan di hadapan hukum harus diimbangi oleh keadilan ekonomi. Tanpa pengimbangan tersebut, keadilan sosial kehilangan makna, dengan keadilan ekonomi, setiap individu akan mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusi masing-masing kepada masyarakat. Setiap individu pun harus terbebaskan dari eksploitasi individu lainnya. Islam dengan tegas melarang seorang Muslim merugikan orang lain. Sebagaimana dalam firman Allah SWT:

ولا تبخسوا الناس أشياءهم ولا تعثوا في الأرض مفسدين¹⁸

Eksistensi *minimarket* Alfamart dan Indomaret di Indonesia jika ditinjau dari keadilan ekonomi, maka eksistensi *minimarket* tersebut bertentangan dengan keadilan ekonomi, karena terdapat sebagian orang yaitu pemilik toko kelontong dan pemilik toko yang

¹⁸ Q.S Asy-Syu'ara (26) : 183.

berdagang di pasar tradisional yang merupakan pesaing bisnisnya merasa dirugikan karena mengalami penurunan pendapatan yang disebabkan oleh kehadiran kedua *minimarket* tersebut khususnya *minimarket* yang berdiri dekat dengan toko kelontong dan pasar tradisional serta jam operasional usaha 24 (dua puluh empat) jam yang dijadikan sebagai strategi untuk meraup keuntungan lebih banyak.

c. Keadilan Distribusi Pendapatan

Kesenjangan pendapatan dan kekayaan alam yang ada dalam masyarakat, berlawanan dengan semangat serta komitmen Islam terhadap keadilan sosial-ekonomi. Kesenjangan harus di atasi dengan menggunakan cara yang ditekankan Islam. Di antaranya dengan cara sebagai berikut:

- 1) Menghapuskan monopoli, kecuali dilakukan oleh Pemerintah untuk bidang-bidang tertentu.
- 2) Menjamin hak dan kesempatan semua pihak untuk aktif dalam proses ekonomi, baik produksi, distribusi, maupun konsumsi.
- 3) Menjamin pemenuhan kebutuhan dasar hidup setiap anggota masyarakat.
- 4) Melaksanakan amanah *at-takaful al-ijtima'i* atau sosial *economic security insurance*, yang berarti pihak yang mampu menanggung dan membantu yang tidak mampu.

Berdasarkan pernyataan sampel yang mengalami penurunan pendapatan yang disebabkan oleh adanya *minimarket* Alfamart dan Indomaret yang berdiri dekat dengan toko kelontong dan pasar tradisional serta jam operasional usaha 24 (dua puluh empat) jam yang dijadikan sebagai strategi untuk meraup keuntungan lebih banyak, maka hal ini juga bertentangan dengan keadilan distribusi pendapatan. Keadilan distribusi pendapatan tidak menghendaki adanya kesenjangan pendapatan di dalam masyarakat.

d. Kebebasan Individu Dalam Konteks Kesejahteraan Sosial

Pilar terpenting dalam keyakinan seorang Muslim adalah kepercayaan bahwa manusia diciptakan oleh Allah. Ia tidak tunduk pada siapa pun kecuali kepada Allah. Hal ini merupakan dasar bagi dasar kebebasan Islam dari segala bentuk perbudakan.

Islam mengakui pandangan universal bahwa kebebasan individu dibatasi oleh kebebasan individu lainnya. Dasar bahwa kebebasan ekonomi terbatas, disebabkan haramnya beberapa aktivitas ekonomi yang mengandung pemerasan, monopoli, dan riba. Sebagaimana dalam firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا¹⁹

Kebebasan individu dalam kerangka etika Islam diakui selama tidak bertentangan dengan kepentingan sosial yang lebih besar atau sepanjang individu itu tidak mengganggu hak-hak orang lain. Eksistensi *minimarket* Alfamart dan Indomaret di Indonesia jika ditinjau dari kebebasan individu, memang dibenarkan untuk melaksanakan perdagangannya karena setiap individu diberikan kebebasan. Akan tetapi perlu diingat bahwa kebebasan individu dalam kerangka etika Islam tidak boleh mengganggu hak-hak orang lain yaitu dalam rangka pemenuhan kebutuhan dengan cara bermuamalah. Berdasarkan pernyataan sampel yang merasa dirugikan karena menurunnya pendapatan yang disebabkan oleh posisi *minimarket* yang dekat dengan toko kelontong dan pasar tradisional serta jam operasional usaha 24 (dua puluh empat) jam yang dijadikan sebagai strategi untuk meraup keuntungan lebih banyak, maka eksistensi *minimarket* tersebut juga bertentangan dengan kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial.

Saddu Al-Zari'ah

Penggunaan *Saddu Al-Zari'ah* sebagai sumber hukum Islam adalah dengan melihat tujuan, niat, dan akibat yang ditimbulkan dari suatu perbuatan seorang mukallaf. Apabila tujuan, niat dan akibat yang ditimbulkan baik, maka hukumnya juga baik untuk dikerjakan. Namun, apabila tujuan, niat, dan akibatnya tidak baik, maka perbuatan tersebut juga tidak baik untuk dilakukan. Argumentasi ulama yang memegang penerapan *Saddu Al-Zari'ah* ini adalah bahwa menurut penelitian, dapat ditemukan bahwa Allah melarang sesuatu adalah juga melarang mengerjakan sesuatu yang menjadi jalan kepada sesuatu yang dilarang itu.

¹⁹ Q.S An-Nisaa' (4): 29.

Eksistensi *minimarket* Alfamart dan Indomaret di Indonesia apabila ditinjau dari *Saddu Al-Zari'ah* maka digunakan sebagai pencegahan agar ekspansi yang dilakukan oleh *minimarket* Alfamart dan Indomaret tidak berdampak tidak baik bagi pesaingnya yaitu toko kelontong dan pasar tradisional yang sudah eksis terlebih dulu.

Penutup

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: *Pertama*, *minimarket* Alfamart dan Indomaret yang menjamur di tanah air sekarang ini apabila ditinjau dalam hukum Islam, maka ekspansi yang dilakukan kedua *minimarket* termasuk dalam monopoli, karena diketahui bahwa *minimarket* Alfamart dan Indomaret memiliki induk perusahaan dan induk perusahaan tersebut memiliki anak-anak perusahaan di bawahnya yang menjual produk mereka di perusahaan sendiri. Sebagaimana diketahui bahwa PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk memiliki 5 (lima) anak perusahaan. Selanjutnya Indomaret memiliki induk perusahaan di atasnya yaitu Salim Group yang mana Salim Group ini juga menjadi induk bagi 22 (dua puluh dua) perusahaan lainnya. Oleh karena PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk menjadi induk dari Alfamart dan Salim Group menjadi induk dari Indomaret dan perusahaan-perusahaan lainnya, maka hal ini dapat dikatakan sebagai *talaqqi rukban* karena memotong jalur distribusi yang dimanfaatkan untuk mencari keuntungan yang lebih sehingga terjadilah penzaliman antara pedagang kota (pihak yang memiliki informasi yang lebih lengkap) dengan petani di luar kota (produsen yang tidak memiliki informasi yang benar tentang harga di pasar) dan hal inilah yang dilarang.

Kedua, eksistensi *minimarket* Alfamart dan Indomaret di Indonesia apabila ditinjau dari persaingan usaha dalam hukum Islam, khususnya pada posisi pendirian kedua *minimarket* tersebut yang dekat bahkan berhadapan dengan toko kelontong dan pasar tradisional serta jam operasional usaha 24 (dua puluh empat) jam yang dijadikan sebagai strategi untuk meraup keuntungan lebih banyak. Kedua indikator tersebut selain bertentangan dengan peraturan perundang-undangan juga bertentangan dengan unsur persaingan usaha yang diajarkan oleh Islam yaitu tidak memperhatikan pihak-pihak pesaing lainnya dan dari segi cara

bersaing yang menyebabkan kerugian dalam bentuk penurunan pendapatan bagi pesaingnya yaitu toko kelontong dan toko yang berdagang di pasar tradisional. Namun, dari unsur lainnya yaitu dari segi produk (barang dan jasa), kedua minimarket tersebut sudah memberikan pelayanan yang baik, seperti: tempat yang ber-AC, barang yang diperjual belikan dilakukan dengan sistem swalayan yaitu pembeli dapat mengambil sendiri barang yang dibutuhkan, menyediakan tempat duduk di depan gerai bagi pembeli yang ingin beristirahat sejenak dari perjalanannya, tempat parkir yang luas, dan toilet. Hal ini telah sesuai dengan unsur persaingan usaha dalam hukum Islam dari segi produk (barang dan jasa) yang dipersaingan.

Ketiga, eksistensi minimarket Alfamart dan Indomaret di Indonesia apabila ditinjau dari konsep keadilan dalam hukum Islam, ternyata kedua minimarket tersebut berdampak pada toko lainnya yang sejenis yaitu toko kelontong dan toko yang berdagang di pasar tradisional dalam menjalankan aktivitas perdagangannya. Sebagaimana pernyataan oleh sampel yang diteliti oleh peneliti, hasilnya bahwa 10 (sepuluh) orang sampel menyatakan keberadaan Alfamart dan Indomaret khususnya keberadaan Alfamart dan Indomaret yang berdekatan dengan toko kelontong dan pasar tradisional serta jam operasional usaha 24 (dua puluh empat) jam yang dijadikan sebagai strategi untuk meraup keuntungan lebih banyak mengakibatkan kerugian yaitu penurunan pendapatan. Sehingga, hal ini bertentangan dengan konsep keadilan yang ada dalam Islam. Al-Qur'an tidak menyetujui cara-cara perolehan kekayaan yang mendatangkan keuntungan di satu pihak dan menyebabkan kerugian di pihak lain atau karena penghasilan seseorang mengorbankan kemaslahatan masyarakat umum.

Keempat, eksistensi minimarket Alfamart dan Indomaret di Indonesia apabila ditinjau dari *Saddu Al-Zari'ah* maka digunakan sebagai pencegahan agar ekspansi yang dilakukan oleh minimarket Alfamart dan Indomaret tidak berdampak tidak baik bagi pesaingnya yaitu toko kelontong dan pasar tradisional yang sudah eksis terlebih dulu.

Datar Pustaka

- Corporate.alfamartku.com, Akses 22 Mei 2018.
- https://id.m.wikipedia.org/wiki/Salim_Group, Akses 22 Mei 2018.
- <https://www.indomaret.co.id>, Akses 24 Maret 2018.
- <https://www.indomaret.co.id>, akses 31 Januari 2018.
- Ibrahim, Anis, *Legislasi dan Demokrasi*, Malang: Publisher, 2008.
- Nurzalena, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan Pada Minimarket Indomaret Di Kecamatan Tampan Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam”, *Skripsi* Fakultas Syari’ah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2014), hlm. 18.
- Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, Pasal 4 ayat (1) huruf (a).
- Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, Pasal 4 ayat (1) huruf (b).
- Raharjo, Reza Haditya, “Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)”, *Skripsi* Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2015.
- Sallatu, Muh. Afief, “Pengaruh Faktor Kelas Sosial, Keluarga, Gaya Hidup, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Di Pasar Modern (Studi Kasus Pada Alfamart Di Kecamatan Panakukang Kota Makassar)”, *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar, 2012.
- Sumarsono, Sonny, *Manajemen Bisnis Waralaba*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Sunyoto, Danang, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service, 2015.

Utami, Christina Whidya, *Strategi Pemasaran Ritel*, Jakarta: Indeks, 2008.

Submission

Naskah yang dikirim ke redaksi *Az Zarqa'* akan dipertimbangkan untuk dimuat jika memenuhi kriteria sebagai berikut.

1. Judul berkaitan dengan kajian hukum bisnis Islam.
2. Nama penulis naskah (tanpa gelar akademik, disertai dengan instansi/peguruan tinggi, alamat yang bisa dihubungi, alamat email untuk korespondensi)
3. Abstrak yang terdiri dari hanya satu paragraph, satu spasi antara 100-150 dalam bahasa Indonesia.
4. Mencantumkan kata kunci (*key words*)
5. Naskah bersifat ilmiah dan dapat menggunakan bahasa Indonesia, Arab, Inggris atau asing lainnya.
6. Mencantumkan referensi lengkap dengan model *footnote* (catatan kaki) dan disertai daftar pustaka.
7. Diketik spasi ganda (2 spasi) program *MS Word* dengan panjang naskah 15-30 halaman kwarto.
8. Menyertakan naskah asli (*print out*) satu buah dengan disertai soft file naskah diserahkan langsung ke kantor redaksi atau dikirimkan via email: azzarqa.uinsuka@gmail.com

Contoh model catatan kaki:

- ¹ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2007), hlm. 15.
- ² *Ibid.*, hlm. 19.
- ³ Syamsul Anwar, *Hukum ...*, hlm. 21-29.

Daftar pustaka ditulis secara alfabetis, contoh:

Daftar Pustaka

- Kamali, Mohammad Hashim, *Islamic Commercial Law: An Analysis of Futures and Options*, Cambridge, UK: The Islamic Texts Society, 2000.
- Edwards, Paul, *The Encyclopedia of Philosophy*, Vol. III, New York: Macmillan Publishing Co., Inc. and The Free Press, 1967.
- Muhammad, Muhammad 'Abd al-Jawad, *Bubus fi al-Syari'ah al-Islamiyyah wa al-Qanun*, Iskandariyah: Munsya'ah al-Ma'arif, 1977.

Az Zarqa'
Jurnal Hukum Bisnis Islam

merupakan jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Jurusan Muamalat Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang dibentuk pada tanggal 1 Desember 2010. Jurnal ini dimaksudkan sebagai wadah untuk menuangkan, menshare dan mempublikasikan hasil kajian-kajian hukum Islam khususnya hukum bisnis Islam.