

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pasar Modern

1. Pengertian Pasar

Pasar adalah area tempat jual beli barang atau tempat bertemunya penjual dan pembeli dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pasar tradisional maupun pasar modern atau pusat perbelanjaan, pertokoan, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.¹

Kasmir mendefinisikan pasar sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran.² Dapat dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan pasar adalah tempat yang digunakan oleh penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Berdasarkan pengertian di atas toko dan juga minimarket juga bisa disebut sebagai pasar.

2. Penggolongan Pasar

Pasar terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Pasar modern adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, atau koperasi yang dalam bentuknya berupa pusat perbelanjaan seperti mall, plaza, dan *shopping center* serta sejenisnya

¹ Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Serta Pengendalian Pasar Modern, (Nomor 6 tahun 2010), hal. 90.

² Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 156.

dimana pengelolanya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif lebih kuat, dan dilengkapi label harga yang pasti.³

Dari segi jenisnya pasar modern dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1) Minimarket

Minimarket adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan sendiri.

Dalam dunia perdagangan saat ini, toko barang kebutuhan sehari-hari dengan ruangan yang tidak terlalu luas (minimarket) bukan lagi merupakan istilah asing bagi masyarakat umum, terutama yang tinggal di kota-kota besar.

Minimarket merupakan perantara pemasar antara produsen dan konsumen akhir dimana aktivitasnya adalah melaksanakan penjualan eceran. Menurut Hendri Ma'ruf, pengertian minimarket adalah: "Toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan permukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko atau warung."⁴

Sebagai minimarket yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari suasana dan keseluruhan minimarket sangat memerlukan suatu penanganan yang profesional dan khusus agar

³Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung ..., hal. 91.

⁴ Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 84

dapat menciptakan daya tarik pada minimarket. Tata letak minimarket dapat mempengaruhi sirkulasi kembali untuk berbelanja.

Kadang-kadang suasana yang nyaman bersih dan segar lebih diutamakan dari pada hanya sekedar harga rendah yang belum tentu dapat menjamin kelangsungan hidup dari minimarket tersebut. Salah satu usaha yang dilakukan oleh pengusaha minimarket ini untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian yaitu melalui promosi.

2) Supermarket

Supermarket adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan sendiri (swalayan).

3) Hipermarket

Hipermarket adalah sarana atau usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen, yang di dalamnya terdiri dari pasar swalayan, toko modern dan toko serba ada yang menyatu dalam satu bangunan yang pengelolanya dilakukan secara tunggal.⁵

⁵ *Ibid.*, hal. 92.

- b. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh 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 atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan tawar menawar.⁶

3. Sistem Penjualan dan Jenis Barang Dagangan Pasar Modern

Sistem penjualan dan jenis barang dagangan pasar modern ditentukan sebagai berikut:

- a. Minimarket, supermarket dan hypermarket menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya.
- b. *Department Store* menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk sandang dan perlengkapan dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan tingkat usia konsumen.
- c. Pusat perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi.⁷

⁶ Peraturan Presiden Republik Indonesia tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, dan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, (Nomor 112 tahun 2007), hal. 3. Pada http://hukum.unsrat.ac.id/pres/perpres_112_2007.pdf. diakses pada tanggal 09 Mei 2014.

⁷ Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung ..., hal. 95.

B. Peraturan Daerah tentang Pendirian Pasar Modern

Sesuai dengan Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Tulungagung Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penata Serta Pengendalian Pasar Modern ada beberapa hal yang harus diperhatikan ketika akan mendirikan minimarket, diantaranya:

1. Pasal 18 tentang penataan dan pengendalian pasar modern, yaitu:
 - a. Dalam rangka penataan dan pengendalian pasar modern, Pemerintah Daerah wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut:
 - 1) Lokasi pendirian pasar modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten, termasuk pengaturan zonasinya.
 - 2) Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar tradisional, usaha kecil, dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan.
 - 3) Memperhatikan jarak dengan pasar tradisional, sehingga tidak mematikan atau memarginkan pelaku ekonomi di pasar tradisional.
 - 4) Pasar modern dapat dibangun dengan jarak radius terdekat dari pasar tradisional minimal 1000 m.
 - 5) Pendirian pasar modern khususnya minimarket diutamakan untuk diberikan kepada pelaku usaha yang domisilinya sesuai dengan lokasi minimarket tersebut.
 - b. Penyelenggara atau pendiri pasar modern wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- 1) Menyediakan fasilitas yang menjamin pasar modern yang bersih, sehat, higienis, aman, tertib dan ruang publik yang nyaman.
 - 2) Menyediakan fasilitas tempat usaha bagi usaha kecil dan menengah, pada posisi yang sama-sama menguntungkan.
 - 3) Menyediakan fasilitas parkir kendaraan bermotor dan tidak bermotor yang memadai di dalam area bangunan.
 - 4) Menyediakan sarana pemadam kebakaran dan jalur keselamatan bagi petugas maupun pengguna pasar modern dan toko modern.
- c. Jumlah minimarket untuk setiap kawasan pelayanan lingkungan di dalam kota maksimal hanya dua minimarket dan dalam radius 1000 m.
- d. Minimarket yang tidak berbentuk waralaba atau jaringan yang pengelolanya diusahakan oleh individu/perseorangan dapat didirikan dalam radius 500 m.⁸
2. Pasal 9 yang menjelaskan bahwa perencanaan pembangunan pasar modern harus didahului dengan studi mengenai dampak lingkungan baik dari sisi tata ruang maupun non fisik, meliputi aspek lingkungan, sosial dan budaya untuk mencegah dampak negatif terhadap eksistensi pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta usaha lainnya.
 3. Pasal 10, jam kerja minimarket adalah sebagai berikut:
 - a. Untuk hari Senin sampai Jum'at, pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB.

⁸ *Ibid.*, hal. 97-98

- b. Untuk hari Sabtu dan Minggu, pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 23.00 WIB.
- c. Untuk hari besar keagamaan, hari libur nasional, pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 24.00 WIB.⁹
- d. Pasal 22 tentang ketentuan peralihan menjelaskan bahwa pasar modern yang sudah operasional dan telah memperoleh Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) sebelum ditetapkannya Peraturan Daerah ini, dinyatakan tetap berlaku dan wajib menyesuaikan dengan ketentuan yang terdapat dalam pasal 8 dan 9.¹⁰

C. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis (*business ethic*) dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan pengetrapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.¹¹

Secara umum dipahami, bahwa etika bisnis merupakan penerapan nilai-nilai standar-standar moral dalam kebijakan, kelembagaan dan perilaku bisnis yang penerapannya akan dapat meningkatkan profitabilitas jangka panjang dan *good will* yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan.¹²

⁹*Ibid.*, hal. 98-99.

¹⁰*Ibid.*, hal. 105.

¹¹Amirullah dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hal. 37.

¹²Muhammad, Fauroni, R. Lukman, *Visi Al Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hal. 100.

Etika bisnis Islam merupakan penerapan sikap dan perilaku yang simpatik, selalu bersikap bersahabat dengan orang lain, dan orang lain pun dengan mudah bersahabat dan bermitra dengannya.¹³

Dalam konteks bisnis perusahaan, penerapan etika bisnis dihadapkan dengan masalah-masalah yang meliputi proses, people dan teknologi. Pada tataran prosesnya, etika bisnis berhadapan dengan masalah-masalah klasik seperti jaringan, kualitas, dan persaingan. Bisnis bukanlah dunia yang berdiri sendiri dan terpisah dari masyarakat. Bisnis membutuhkan masyarakat dan masyarakat membutuhkan bisnis. Karena itu kehidupannya tidak terlepas dari eksistensi keseluruhan masyarakat dengan seluruh atribut dan simbol-simbol yang melekat pada masyarakat.

Bisnis tidak terpisah dari etika dikarenakan bisnis tidak bebas nilai, bisnis merupakan bagian dari sistem sosial, aplikasi etika bisnis identik dengan pengelolaan bisnis secara professional. Perkembangan bisnis atau perusahaan, baik sebagai akibat maupun sebagai salah satu sebab perkembangan politik, ekonomi sosial maupun teknologi serta aspek lingkungan di sekitarnya, jika selama ia berinteraksi dan menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat yang membutuhkannya, maka bisnis atau perusahaan itu harus menyadari akan tanggung jawab sosial dengan segala dengan segala aspeknya. Agar suatu perusahaan atau bisnis dapat mencapai tujuannya serta kontinyu dengan dukungan masyarakat luas, maka manajemen perusahaan harus menjaga efektivitas interaksi yang berlangsung

¹³Hermawan Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hal. 76.

antara perusahaan dan konsumen dan stakeholdernya dengan cara-cara yang berdasarkan nilai-nilai dan norma-norma etika bisnis.¹⁴

Pada hakikatnya etika merupakan bagian integral dalam bisnis yang dijalankan secara professional. Dalam jangka panjang, suatu bisnis akan tetap berkesinambungan dan secara terus-menerus benar-benar menghasilkan keuntungan, jika dilakukan atas dasar kepercayaan dan kejujuran. Demikian pula suatu bisnis dalam perusahaan akan berlangsung bila bisnis itu dilakukan dengan memberi perhatian kepada semua pihak dalam perusahaan. Inilah sebagian dari tujuan etika bisnis, yaitu agar semua orang yang terlibat dalam bisnis mempunyai kesadaran tentang adanya dimensi etis dalam bisnis itu sendiri dan agar belajar bagaimana mengadakan pertimbangan yang baik secara etis maupun ekonomis.

Islam menempatkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang amat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rezeki dan penghidupan.¹⁵ Dawam Rahardjo yang dikutip oleh Buchari Alma mengungkapkan kegiatan bisnis sebagai tanggung jawab manusia terhadap Tuhan mengutipnya dari ajaran Islam. Kunci etis dan moral bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, itu sebabnya misi diutusny Rasulullah ke dunia adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak.¹⁶ Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami yang mencakup husnul khuluq. Pada derajat ini Allah akan melampangkan hatinya,

¹⁴*Ibid*, hal.102

¹⁵Ketut Rindjin, *Pengantar Perbankan Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta: Gramedia, 2000), hal. 57.

¹⁶Buchari Alma, *Ajaran Bisnis Dalam Islam*, (Bandung; Alfabeta, 1994), hal. 78

dan akan membukakan pintu rezeki, dimana pintu rezeki akan terbuka dengan akhlak mulia tersebut, akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis. Salah satu dari akhlak yang baik dalam bisnis Islam adalah kejujuran. Sebagian dari makna kejujuran adalah “seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya Tetapkanlah kejujuran karena sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan mengantarkan kepada surga”.¹⁷

Akhlak yang lain adalah amanah, Islam menginginkan seorang pebisnis muslim mempunyai hati yang tanggap, dengan menjaganya melalui pemenuhan hak-hak Allah dan manusia, serta menjaga muamalahnya dari unsur yang melampaui batas atau sia-sia.¹⁸ Seorang pebisnis muslim adalah sosok yang dapat dipercaya, sehingga ia tidak menzholimi kepercayaan yang diberikan kepadanya ”Tidak ada iman bagi orang yang tidak punya amanat (tidak dapat dipercaya), dan tidak ada agama bagi orang yang tidak menepati janji”, ”pedagang yang jujur dan amanah (tempatny di surga) bersama para nabi, *shiddiqin* (orang yang jujur) dan para syuhada”¹⁹.

Sifat toleran juga merupakan kunci sukses pebisnis muslim, toleran membuka kunci rezeki dan sarana hidup tenang. Manfaat toleran adalah mempermudah pergaulan, mempermudah urusan jual beli, dan mempercepat kembalinya modal.²⁰

¹⁷As.Mahmoedin, *Etika Bisnis Perbankan*, (Jakarta: Sinar Harapan, 1994), hal. 67.

¹⁸Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Mu`amalat*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), hal. 96.

¹⁹M.Umer Chafra, *Al-Qur'an Menuju Sistem Moneter Yang Adil*, terj.Lukman Hakim, (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), hal. 75

²⁰Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Al-Kaustar, 2000), hal. 94.

1. Aktivitas Bisnis yang Terlarang dalam Syariah

Islam memberikan kebebasan bagi setiap individu untuk memiliki, memproduksi, dan mengonsumsi. Setiap individu bebas untuk berjual beli dan menentukan harga dengan berbagai macam nilai nominal, tetapi dengan syarat tidak bertentangan dengan kepentingan umum. Setiap individu memiliki kebebasan dalam mengembangkan hartanya dengan cara yang baik, tetapi harus meninggalkan praktik perdagangan yang diharamkan.²¹

Adapun yang harus dihindari adalah sebagai berikut:

a. Gharar

Secara istilah Gharar berarti mengambil resiko dari suatu perbuatan yang mengandung resiko tanpa mengetahui dengan persis apa akibatnya, atau memasuki kancah resiko tanpa memikirkan konsekuensinya. Transaksi ini bisa terjadi dalam beberapa bentuk, yaitu: gharar dalam kuantitas (sistem ini lebih dikenal dengan sistem ijon), gharar dalam kualitas, gharar dalam harga dan gharar dalam waktu penyerahan. Beragam bentuk gharar tersebut dilarang oleh Islam.

b. Mempermainkan harga

Persaingan dan kompetisi adalah hal wajar dengan catatan dilakukan secara *fair*. Islam telah memberi tuntunan bagaimana

²¹ Ahmad Izzan dan Syahri Tanjung, *Referensi Ekonomi Syariah: Ayat-ayat Al-Qur'an yang Berdimensi Ekonomi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 34.

bersaing secara *fair*. Salah satunya adalah dalam persoalan menentukan harga.

c. Mematikan Pedagang Kecil

Kesejahteraan umat secara keseluruhan adalah tipikal agama Islam sebagai *rahmatan lil 'alamin*. Dalam konteks mu'amalah pun Al-Qur'an dengan tegas menjelaskan tentang larangan mematikan pedagang kecil. Larangan tersebut dijelaskan dalam surat Al-Hasyr ayat 7 sebagai berikut:

.... لَا يَكُونُ دُولَةٌ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمْ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

"Supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya".²² (QS. AL-Hasyr: 7)

Berdasarkan ayat di atas bisa dinyatakan bahwa pemerataan kesejahteraan adalah sesuatu yang harus dilakukan dan dipelihara. Oleh karena itu bisnis besar tidak seharusnya mematikan bisnis kecil. Rasulullah SAW mengajarkan agar memelihara keseimbangan bisnis orang kota (konglomerat) dan bisnis orang desa (pedagang kecil dan kaki lima).

²²Departemen Agama RI., *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, hal. 916.

d. Menjual Sesuatu yang Haram

Menjual barang haram maka hukum jual beli itu adalah haram. Menjual atau membeli, menstransfer, atau melakukan praktek apapun untuk memudahkan sirkulasi barang haram. Nabi SAW telah melaknat khamar, peminum, penguang, penjual, pembeli, penyuling, orang yang meminta disulingkan, pembawa, yang dibawakan kepadanya dan yang memakan hasil penjualannya. Penjual atau pedagangnya lebih berbahaya dan lebih jahat dari konsumennya karena kebanyakan mereka menjadi korban kebodohan dalam menghadapi tipu daya para pengedar yang memasang jaring perangkap kepada mereka.

Semakin besar bahaya sesuatu semakin keras pula keharamannya dan dosanya, terutama hal yang membahayakan manusia baik terhadap tubuh, akal maupun jiwanya. Termasuk kategori ini adalah makanan dan minuman yang rusak yang telah habis masa berlakunya atau tidak layak menjadi makanan manusia. Barang-barang lainnya yang termasuk diharamkan adalah "barang-barang informatif" yang menjajakan pemikiran yang cemar dan mainan jorok, yang memasarkan seni budaya beracun di film-film, serial televisi, berbagai bentuk nyanyian, dan gambar-gambar visual baik dalam surat kabar, majalah, buku-buku dan media masa lainnya yang dapat dibaca, didengar, atau disaksikan. Semua ini lebih berbahaya dari makanan yang mematikan, minuman yang tercemar dan obat-obat bius yang membunuh karena makanan dan minuman yang haram hanya

berpengaruh pada jasad sedangkan barang-barang informatif ini berpengaruh pada akal dan jiwa.²³

e. Melakukan Sogok (*Riswah*)

Memberikan sejumlah uang dengan maksud memperoleh keuntungan atau kebijakan yang berbeda adalah masuk dalam kategori suap. Allah dengan tegas melarang praktik ini.²⁴

f. *Partnership* yang *Invalid* (kerja sama yang tidak sah)

Semua bentuk pelanggaran terhadap prosedur-prosedur dan atau melakukan syarat yang tidak dihalalkan akan menjadikan *partnership* (kerja sama) itu menjadi sesuatu yang tidak sah. Islam tidak mengakui bentuk kerjasama yang tidak memiliki liabilitas, yakni sebuah bentuk kerjasama dimana seseorang tidak memberikan kontribusi apapun baik dalam modal, kerja dan manajemen.

Seseorang tidak bisa dinyatakan sebagai partner yang sah dalam sebuah bisnis hanya dengan menempatkan namanya demi mendapatkan hak dagang atau lisensi produksi. Mengambil keuntungan dengan hanya menempelkan nama, adalah sebuah tindakan yang tidak bermoral dan tidak sah secara hukum.²⁵

2. Aktivitas Bisnis yang Dianjurkan Syari'ah

Islam sebagai agama yang telah sempurna sudah barang tentu memberikan rambu-rambu dalam melakukan transaksi, istilah *al-tijarah*,

²³ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian*, (Jakarta: Robbani Press, 2001), hal. 289-292.

²⁴ Muhammad Azizi Hakim, et.all., *Dasar dan...*, hal. 44.

²⁵ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), hal. 142.

al-bai 'u, *tadayantum* dan *isyara* yang disebutkan dalam al-Qur'an sebagai pertanda bahwa Islam memiliki perhatian yang serius tentang dunia usaha atau perdagangan. Dalam menjalankan usaha dagangnya tetap harus berada dalam rambu-rambu tersebut.

a. Kejujuran

Sesuatu yang dipercayakan kepada seseorang, baik harta, ilmu pengetahuan, dan hal-hal yang bersifat rahasia yang wajib diperlihara atau disampaikan kepada yang berhak menerima, harus disampaikan apa adanya tidak dikurangi atau ditambah-tambahi. Orang yang jujur adalah orang yang mengatakan sebenarnya, walaupun terasa pahit untuk disampaikan.

Sifat jujur atau dapat dipercaya merupakan sifat terpuji yang disenangi Allah, walaupun disadari sulit menemukan orang yang dapat dipercaya. Kejujuran adalah barang mahal. Lawan dari kejujuran adalah penipuan. Dalam dunia bisnis pada umumnya kadang sulit untuk mendapatkan kejujuran. Laporan yang dibuat oleh akuntan saja sering dibuat rangkap dua untuk mengelak dari pajak.²⁶

b. Keadilan

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku zhalim. Rasulullah diutus Allah untuk menegakkankeadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau

²⁶ Khoiruddin Nasution, *Riba Dan Poligami: Sebuah Studi atas Pemikiran Muhammad Abduh*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996), hal. 79

menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan.²⁷

Berbisnis dengan cara yang curang menunjukkan suatu tindakan yang nista, dan hal ini menghilangkan nilai kemartabatan manusia yang luhur dan mulia. Dalam kenyataan hidup, orang yang semula dihormati dan dianggap sukses dalam berdagang, kemudian ia terpuruk dalam kehidupannya, karena dalam menjalankan bisnisnya penuh dengan kecurangan, ketidakadilan dan menzalimi orang lain.

c. Bersahabat dengan Lingkungan

Pelaku bisnis yang berhati mulia, pasti akan manabur hikmat di tengah-tengah kehidupan manusia. Tidak hanya teman dan saudara, semua manusia dan lingkungan menjadi ladang untuk beramal. Di tangan pelaku bisnis sebuah bangsa menyongsong nasib, dan menyerahkan keselamatan lingkungan, baik lingkungan keuangan fisik maupun lingkungan sosial. Di sinilah posisi kunci dalam kehidupan bisnis dan merekalah yang menjadi bagian dari penyelamat lingkungan.²⁸

²⁷ Ketut Rindjin, *Pengantar Perbankan dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta: Gramedia, 2000), hal. 89

²⁸ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 57

Karena itu pelaku bisnis yang baik adalah mereka yang bersahabat dengan lingkungan sosial dan lingkungan fisik yang dimiliki manusia, termasuk hutan dan sumber daya yang menjadi tanggung jawabnya. Masa depan bangsa yang sukses sangat tergantung pada pengelolaan bumi dan segala isinya. Kelengahan pelaku bisnis akan berakibat fatal bagi siapapun di bumi dimana bisnis dibangun dan dikembangkan.

Keberadaan organisasi bisnis dapat dipisahkan dengan lingkungan di mana berada. Lingkungan sangat mempengaruhi keberadaan organisasi bisnis tersebut.²⁹ Secara umum lingkungan organisasi bisnis dapat dikelompokkan menjadi lingkungan umum (*general environment*) dan lingkungan khusus (*special environment*).³⁰ Lingkungan umum adalah lingkungan yang mempertimbangkan kondisi budaya, ekonomi, hukum-politik, dan pendidikan yang mempengaruhi organisasi.³¹ Sementara lingkungan khusus adalah lingkungan yang berhubungan dengan keadaan organisasi dan individu yang ada dalam interaksinya dengan organisasi yang bertujuan menjaga kelangsungan perusahaan.³²

Adanya lingkungan perusahaan ini dapat mempengaruhi perusahaan dalam persaingannya dengan perusahaan lain. Khususnya

²⁹Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2011), hal. 19

³⁰John R. Schermerhorn, *Management* 5th edition, (New York: John Wiley & Sons, Inc, 1995), hal. 58.

³¹*Ibid.*

³²*Ibid.*

dengan lingkungan khusus, maka perusahaan perlu memperhatikan dampak apa yang ditimbulkan terhadap lingkungan tersebut.

d. Menghargai waktu

Seorang yang beretos kerja Islami sangat menghargai waktu. Satu detik berlalu tak mungkin lagi kembali.³³ Bagi mereka yang mampu mengelola waktu dengan baik, maka ia akan memperoleh optimalisasi dalam kehidupan. Seorang pebisnis syariah yang memahami hukum kausalitas pasti akan menggunakan dan memanfaatkan waktunya dengan sebaik-baiknya, sebaliknya mereka yang suka bermalas-malas, membuang-buang waktu pada hakekatnya adalah orang yang berjiwa kerdil, pengecut menghadapi tantangan, tidak memiliki tanggung jawab dan kehilangan orientasi untuk menatap masa depan yang gemilang.

e. Barang atau produk yang dijual haruslah barang yang halal, baik dari segi zatnya maupun cara mendapatkannya. Berbisnis dalam Islam boleh dengan siapapun dengan tidak melihat agama dan keyakinan dari mitra bisnisnya, karena ini persoalan mu'amalah duniawiyah, yang penting barangnya halal.

Halal dan haram adalah persoalan prinsipil. Memperdagangkan atau melakukan transaksi barang yang haram, misalnya alkohol, obat-obatan terlarang, dan barang yang *gharar* dilarang dalam Islam.³⁴ Di

³³M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Presssindo, 2014), hal. 81

³⁴Haidar Baqir, *Era Baru Manajemen Etis, Kumpulan Surat Dari Harvard*, (Bandung: Mizan, 1995), hal. 46

bawah ini adalah tabel tentang prinsip-prinsip halal dan haram dalam Islam, adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Prinsip Halal dan Haram³⁵

No	Prinsip Halal dan Haram
1.	Prinsip dasarnya adalah diperbolehkan segala sesuatu.
2.	Untuk membuat absah dan untuk melarang adalah hak Allah semata.
3.	Melarang yang halal dan menbolehkan yang haram sama dengan syirik.
4.	Larangan atas segala sesuatu didasarkan atas sifat najis dan melukai.
5.	Apa yang halal adalah yang diperbolehkan, dan yang haram adalah yang dilarang.
6.	Apa yang mendorong pada yang haram adalah juga haram.
7.	Menganggap yang haram sebagai halal adalah dilarang.
8.	Niat yang baik tidak membuat yang haram bisa diterima.
9.	Hal-hal yang meragukan sebaiknya dihindari.
10.	Yang haram terlarang bagi siapapun. Keharusan menentukan adanya pengecualian.

Secara umum Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu. Nilai-nilai dasar etika bisnis dalam Islam adalah tauhid, khilafah, ibadah, tazkiyah dan ihsan. Dari nilai dasar ini dapat diangkat ke prinsip umum tentang keadilan, kejujuran, keterbukaan (transparansi), kebersamaan, kebebasan, tanggung jawab dan akuntabilitas. Semua ini akan lebih mudah dipahami dalam bentuk tabel berikut ini:

³⁵Muhammad dan R. Luman Faurani, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hal. 132.

Tabel 2 Nilai Dasar dan Prinsip Umum Etika Bisnis Islami³⁶

Nilai Dasar	Prinsip Umum	Pemaknaan
Tauhid	Kesatuan dan Integrasi Kesamaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integrasi antar semua bidang kehidupan, agama, ekonomi, dan sosial-politik-budaya. 2. Kesatuan antara kegiatan bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha Allah. 3. Kesatuan pemilikan manusia dengan pemilikan Tuhan. Kekayaan (sebagai hasil bisnis) merupakan amanah Allah, oleh karena itu didalam kekayaan terkandung kewajiban sosial. 4. Tidak ada diskriminasi diantara pelaku bisnis atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama.
Khilafah	Intelektualitas Kehendak Bebas Tanggungjawab dan Akuntabilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan kreatif dan konseptual pelaku bisnis yang berfungsi membentuk, mengubah dan mengembangkan semua potensi kehidupan alam semesta menjadi sesuatu yang konkret dan bermanfaat. 2. Kemampuan bertindak pelaku bisnis tanpa paksaan dari luar, sesuai dengan parameter ciptaan Allah. 3. Kesiediaan pelaku bisnis untuk bertanggungjawab atas dan mempertanggungjawabkan tindakannya.
Ibadah	Penyerahan Total	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan pelaku bisnis untuk membebaskan diri dari segala ikatan penghambaan manusia kepada ciptaan nya sendiri (seperti kekuasaan dan kekayaan). 2. Kemampuan pelaku bisnis untuk menjadikan penghambaan manusia kepada Tuhan sebagai wawasan batin sekaligus komitmen moral yang berfungsi mem berikan arah, tujuan dan pemaknaan terhadap aktualisasi kegiatan bisnisnya.
Tazkiyah	Kejujuran Keadilan Keterbukaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejujuran pelaku bisnis untuk tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri dengan cara menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu, tidak memanipulasi barang dari segi kualitas dan kuantitasnya. 2. Kemampuan pelaku bisnis untuk men ciptakan keseimbangan/moderasi dalam transaksi (mengurangi timbangan) dan membebaskan penindasan, misalnya riba dan memonopoli usaha. 3. Kesiediaan pelaku bisnis untuk meneri ma pendapat orang lain yang lebih baik dan lebih benar, serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang konstruktif, kreatif dan positif.

³⁶Maryadi dan Syamsuddin (ed.), *Agama Spiritualisme dalam Dinamika Ekonomi Politik*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2001), hal. 213-214.

Ihsan	Kebaikan bagi orang lain Kebersamaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesiediaan pelaku bisnis untuk memberi kan kebaikan kepada orang lain, misalnya penjadwalan ulang, menerima pengembalian barang yang telah dibeli, pembayaran hutang sebelum jatuh tempo. 2. Kebersamaan pelaku bisnis dalam membagi dan memikul beban sesuai dengan kemampuan masing-masing, kebersamaan dalam memikul tanggung jawab sesuai dengan beban tugas, dan kebersamaan dalam menikmati hasil bisnis secara proporsional.
-------	---	---

f. Tidak Ada Unsur Penipuan

Penipuan atau *al-tadlis/al-ghabn* sangat dibenci oleh Islam, karena hanya akan merugikan orang lain, dan sesungguhnya juga merugikan dirinya sendiri. Apabila seseorang menjual sesuatu barang, dikatakan bahwa barang tersebut kualitasnya sangat baik, kecacatan yang ada dalam barang disembunyikan, dengan maksud agar transaksi dapat berjalan lancar. Tetapi setelah terjadi transaksi, barang sudah pindah ke tangan pembeli, ternyata ada cacat dalam barang tersebut. Berbisnis yang mengandung penipuan sebagai titik awal kehancuran bisnis tersebut.³⁷

Rasulullah Saw, sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, di antaranya ialah:

Pertama, bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis.³⁸

³⁷ Iggi HAL.Achsien, *Investasi Syari`ah Di Pasar Modal*, (Jakarta : Gramedia, 2000), hal. 113.

³⁸ Iwan Triyuwono, *Shari`ate Organisation and Accounting : The Reflection of Self's faith and Knowledge*, (Organisasi Dan Akutansi Syari`ah), (Yogyakarta: LKIS, 2000), hal. 47.

Kedua, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.³⁹

Ketiga, tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.⁴⁰

Keempat, ramah-tamah. Seorang palaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis.⁴¹

Kelima, tidak boleh berpura-pura menawarkan dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut.⁴²

Keenam, tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya.⁴³

³⁹Anwar Iqbal Quraisy, *Economic and Social System of Islam*, (Lahore: Islamic Book Service, 1979), hal. 89

⁴⁰Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Mu`amalat*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), hal. 64

⁴¹A. Sonny Keraf dan Robert Haryono Imam, *Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*, (Yogyakarta: Kanisius, 1995), hal. 123.

⁴²Iwan, *Shari'ati...*, hal. 13.

Ketujuh, tidak melakukan ihtikar. Ihtikar ialah (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.⁴⁴

Kedelapan, takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan.⁴⁵

Kesembilan, Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah.⁴⁶

Kesepuluh, membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.⁴⁷

Kesebelas, tidak monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.⁴⁸

Keduabelas, tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (mudharat) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata di saat terjadi chaos (kekacauan) politik. Tidak boleh menjual barang haram, seperti anggur

⁴³ Iggi HAL.Achsien, *Investasi*, hal. 87.

⁴⁴ Haidar Baqir, *Era Baru*, hal. 63.

⁴⁵ A. Sonny Keraf dan Robert Haryono Imam, *Etika*, hal. 45.

⁴⁶ Choril Fuad Yusuf, "Etika Bisnis Islam: Sebuah Perspektif Lingkungan Global", dalam *Ulumul Qur'an*, No. 3/V/1997, hal. 16

⁴⁷ M.Abdul Mannan, *Teori*, hal. 72.

⁴⁸ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas*, hal. 86.

kepada produsen minuman keras, karena ia diduga keras, mengolahnya menjadi miras. Semua bentuk bisnis tersebut dilarang Islam karena dapat merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat.⁴⁹

Ketigabelas, komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dan sebagainya.⁵⁰

Keempatbelas, bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan.⁵¹

Kelimabelas, Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Rasulullah memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan hutangnya.⁵²

Keenam belas, Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar.⁵³

Ketujuhbelas, bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba.

Firman Allah:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنَّ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ

“Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman (QS. al-Baqarah: 278).⁵⁴

Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan.

Oleh karena itu Allah dan Rasulnya mengumumkan perang terhadap riba.

⁴⁹ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis*, hal. 87.

⁵⁰ Ketut Rindjin, *Pengantar*, hal. 90.

⁵¹ Haidar Baqir, *Era Baru*, hal. 63

⁵² Buchari Alma, *Ajaran*, hal. 76.

⁵³ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis*, hal. 87

⁵⁴ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Toha Putra, 1995), hal. 304

Demikianlah sebagian etika bisnis dalam perspektif Islam yang sempat diramu dari sumber ajaran Islam, baik yang bersumber dari al-Qur'an maupun Sunnah.⁵⁵

E. Penelitian Terdahulu

1. Mohammad Faris Yahya. Skripsi. 2013. *Analisis Dampak Pendirian Minimarket Terhadap Eksistensi Pedagang Toko Kelontong di Kota Malang*. Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang.

Dari hasil pengamatan di lapangan, didapatkan hasil bahwa letak pendirian minimarket dirasakan terlalu dekat dengan toko kelontong. Sebagian besar pedagang toko kelontong yang letaknya tidak jauh dari minimarket menyatakan bahwa mereka mengalami penurunan omset penjualan sejak hadirnya minimarket, namun juga terdapat sebagian kecil pedagang toko kelontong yang menyatakan tidak mengalami penurunan omset penjualan. Mayoritas pedagang toko kelontong ini keberatan akan hadirnya minimarket yang terlalu dekat namun mereka tidak memiliki niat untuk berusaha menyaingi minimarket. Pedagang toko kelontong hanya bersikap pasrah dan menganggap penurunan omset penjualan ini sudah biasa terjadi. Menanggapi fenomena ini Pemerintah Kota Malang sebenarnya sudah merumuskan Perda No.08 Tahun 2010, namun Perda ini belum dilaksanakan. Pihak Disperindag beralasan bahwa belum bisa melaksanakan Perda ini karena belum ada petunjuk teknis dari walikota

⁵⁵Anwar Iqbal Quraisy, *Economic*, hal. 89.

berbentuk SK. Pihak Disperindag menjelaskan bahwa dalam perumusan draft untuk pembuatan SK yang dilakukan bersama walikota mengalami kebuntuan (deadlock), hal ini menunjukkan bahwa kurangnya niat dan koordinasi yang terjadi antar instansi di pemerintahan.⁵⁶

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas,, bahwa pada penelitian terdahulu membahas tentang Dampak Pendirian Minimarket Terhadap Eksistensi Pedagang Toko Kelontong, sedangkan penelitian ini difokuskan pada pendirian minimarket yang ditinjau dari Perda No. 6 Tahun 2010 dan Etika Bisnis Islam.

2. Ni Komang Ayu Triadi Dewi. Jurnal. 2012. *Dampak Minimarket Terhadap Eksistensi Warung Tradisional Di Kota Singaraja*, Universitas Pendidikan Ganesha, Jln. Udayana Singaraja-Bali

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut. 1) Sebaran spasial Warung tradisional di Kota Singaraja memiliki pola tersebar tidak merata ($T=0,92$) karena persebaran Warung tradisional dipengaruhi Jumlah penduduk, kepadatan penduduk, jumlah rumah tangga dan persentase rumah tangga yang memiliki anak. 2) Sebaran spasial Minimarket di Kota Singaraja memiliki pola tersebar merata ($T=1,52$) diseluruh Kelurahan yang ada di Kota Singaraja karena dipengaruhi oleh faktor Kebijakan Perencanaan (KP) yang mengeluarkan ijin untuk pendirian Minimarket sehingga terbatas pada lokasi-lokasi

⁵⁶ Mohammad Faris Yahya. "Analisis Dampak Pendirian Minimarket Terhadap Eksistensi Pedagang Toko Kelontong di Kota Malang" skripsi tidak diterbitkan (Malang: Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, 2013)

tertentu sesuai dengan perolehan ijin dari pemerintah 3) Dampak dari adanya Minimarket terhadap eksistensi warung tradisional yaitu menurunnya modal kerja, berkurangnya jam buka warung, menurunnya jumlah penjualan barang, menurunnya jumlah pembeli dan penurunnya pendapatan pedagang Warung tradisional . Ini disebabkan karena jarak antara warung dengan Minimarket yang relatif dekat serta keunggulan-keunggulan dari Minimarket yang tidak dimiliki oleh Warung tradisional yaitu jam buka yang sampai 24 jam/hari, penggunaan tenaga kerja, menggunakan media promosi, ruangan minimarket menggunakan AC, menyediakan parkir kendaraan, memberikan diskon harga dan menjamin kualitas barang yang dijual.

4) Usaha-usaha yang dilakukan warung tradisional untuk bersaing dengan minimarket yaitu pedagang warung tradisional di Kota Singaraja telah melakukan perubahan pada tampilan warung, menambah modal dan menambah jenis barang yang dijual sedangkan pedagang warung tradisional tetap tidak menggunakan tenaga kerja dan promosi baik sebelum maupun setelah adanya minimarket.⁵⁷

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas, bahwa pada penelitian terdahulu membahas tentang dampak minimarket terhadap eksistensi warung tradisional, sedangkan penelitian ini difokuskan pada pendirian minimarket yang ditinjau dari Perda No. 6 Tahun 2010 dan Etika Bisnis Islam.

⁵⁷ Ni Komang Ayu Triadi Dewi. "Dampak Minimarket Terhadap Eksistensi Warung Tradisional Di Kota Singaraja", Jurnal. (Bali: Universitas Pendidikan Ganesha, Jln. Udayana Singaraja-Bali, 2012)

3. Maharani Fathia. 2013. Skripsi. *Efektifitas Pasal 23 Ayat 2 Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan Usaha Perindustrian Dan Perdagangan Terkait Jarakpendirian Minimarket Dengan Pasar Tradisional. (Studi Di Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Malang)* Univeritas Brawijaya Fakultas Hukum Malang.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memperoleh jawaban atas permasalahan yang ada, yaitu faktor penghambat, antara lain Tenaga dari Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Malang yang minim, belum dibentuk dalam struktur kepegawaian untuk peninjauan di lapangan terkait pemberian SIUP (Surat Ijin Usaha Perdagangan), Kurangnya sosialisasi dari aparat pemerintah terkait ketentuan pasal 23 ayat 2 Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Usaha Perindustrian dan Perdagangan. Budaya membuat usaha melalui franchise atau biasa dikenal dengan waralaba memang sudah membudaya di masyarakat. Upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Malang untuk mengatasi faktor penghambat adalah menambah tenaga dari badan pelayanan perijinan terpadu yang minim, membuat anggaran dana yang tersedia dari pemerintah untuk melakukan pengawasan, menambah jumlah sosialisasi ke pedagang pasar dan pengusaha, mengurangi budaya membuat usaha melalui franchise. Menyikapi hal-hal tersebut di atas, maka sudah selayaknya

jika Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan Usaha Perindustrian dan Perdagangan dipertahankan, tinggal pengawasannya yang perlu untuk ditingkatkan.⁵⁸

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas, bahwa pada penelitian terdahulu membahas tentang Efektifitas Pasal 23 Ayat 2 Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan usaha Perindustrian Dan Perdagangan Terkait Jarak Pendirian Minimarket Dengan Pasar Tradisional, sedangkan penelitian ini difokuskan pada pendirian minimarket yang ditinjau dari Perda No. 6 Tahun 2010 dan Etika Bisnis Islam.

4. Faridatul Fitriyah. 2012. *Pengaruh Pendirian Minimarket terhadap Pendapatan Pedagang Eceran di Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung*. Jurusan Syariah Program Studi Mu'amalah. STAIN Tulungagung.

Hasil penelitiannya adalah ada pengaruh signifikan pendirian minimarket terhadap pendapatan pedagang eceran di Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung, diperoleh nilai Sig. Sebesar $0,000 < \alpha$ taraf signifikansi ($\alpha 0,05$).⁵⁹

⁵⁸Maharani Fathia. "Efektifitas Pasal 23 Ayat 2 Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan usaha Perindustrian Dan Perdagangan Terkait Jarak pendirian Minimarket Dengan Pasar Tradisional. (Studi Di Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Malang)" skripsi tidak diterbitkan, (Malang: Univeritas Brawijaya Fakultas Hukum Malang, 2013)

⁵⁹Faridatul Fitriyah. "Pengaruh Pendirian Minimarket terhadap Pendapatan Pedagang Eceran di Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung". skripsi tidak diterbitkan (Tulungagung: Jurusan Syariah Program Studi Mu'amalah. STAIN Tulungagung, 2012)

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas, bahwa pada penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh pendirian minimarket terhadap pendapatan pedagang eceran, sedangkan penelitian ini difokuskan pada pendirian minimarket yang ditinjau dari Perda No. 6 Tahun 2010 dan Etika Bisnis Islam.

5. Pardiana Wijayanti. Skripsi. 2011. *Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Warung Tradisional Dengan Munculnya Minimarket (Studi Kasus Di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang)*, Program Sarjana Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.

Hasil analisis Ordinary Least Square menjelaskan pengaruh perubahan keuntungan usaha warung tradisional dengan munculnya minimarket di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang. Analisis ini menggunakan variabel independen yaitu perubahan omset penjualan (X1), jarak (X2), dan diversifikasi produk (X3) yang mempengaruhi perubahan keuntungan usaha (π) dari warung tradisional. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa perubahan omset penjualan (0,0000) dan jarak (0,0653) berpengaruh signifikan terhadap perubahan keuntungan usaha. Sedangkan diversifikasi produk (0,3147) tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan keuntungan usaha warung tradisional.⁶⁰

⁶⁰Pardiana Wijayanti. "Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Warung Tradisional Dengan Munculnya Minimarket (Studi Kasus Di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang)", Skripsi tidak diterbitkan, (Diponegoro: Program Sarjana Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Skripsi tidak diterbitkan, 2011)

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas, bahwa pada penelitian terdahulu membahas tentang perubahan keuntungan usaha warung tradisional dengan munculnya minimarket, sedangkan penelitian ini difokuskan pada pendirian minimarket yang ditinjau dari Perda No. 6 Tahun 2010 dan Etika Bisnis Islam.