

## **DAMPAK TOKO AGEN SEMBAKO TERHADAP WARUNG KECIL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS KECAMATAN CIGUDEG)**

**Siti Alifia Maulida<sup>1</sup>, Faridudin Malikur Rahmat<sup>2</sup>**

*STEI Napala<sup>1</sup>*

*Jl. Pancawati Km 1,3 Kp. Ciletuh RT 02/08 Des. Ciderum Kec. Caringin Kab Bogor<sup>1</sup>*

*STEI Napala<sup>2</sup>*

*Jl. Jl. Pancawati Km 1,3 Kp. Ciletuh RT 02/08 Des. Ciderum Kec. Caringin Kab Bogor<sup>2</sup>*

[maulidaalifia00@gmail.com<sup>1</sup>](mailto:maulidaalifia00@gmail.com)

[faridusa@gmail.com<sup>2</sup>](mailto:faridusa@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*The existence of basic food agents who often side by side with small shops has a significant impact, especially on decreasing profits and turnover of small shops around them. Even though in its founding this basic food agent has been regulated to be at least 500 meters away from the small shop around it with the intention of preventing business monopoly. This study aims to determine the impact of a basic food agent shop on a small shop in the perspective of Islamic economics. This type of research is field research and the method used in this research is a qualitative method. The object of research is 5 small shop traders in the Cigudeg sub-district, Bogor Regency. Data processing uses a descriptive analysis method by describing the impact of the existence of a basic food agent on small shops in the Cigudeg sub-district, then analyzing it based on an overview of Islamic economics. The results of the study showed that the presence of basic food agents around the small shop had an impact on decreasing turnover of around 30%. From the profit side, before the existence of a basic food agent, the small shop profit was 30-40% if calculated in one month from the turnover of all goods sold. After the existence of a basic food agent, it decreased to 10-20% in a month from the turnover of all goods sold. In the perspective of Islamic economics, trade competition between basic food agents and small shops in the Cigudeg sub-district is included in the trade monopoly. The term monopoly in Islam has one expression, namely al-Ihtikar. Through a textual approach, the hadith of the Prophet Muhammad SAW mentioned above can be understood that the term al-Ihtikar is something that is prohibited in Islamic law.*

**Kata Kunci:** *Groceries Agent, Small Warung, Islamic Economics*

### **ABSTRAK**

Keberadaan agen sembako yang sering kali berdampingan dengan warung kecil memberikan dampak yang signifikan khususnya pada penurunan keuntungan dan omset warung kecil disekitarnya. Sedangkan dalam pendiriannya agen sembako ini sudah diatur untuk minimal berjarak 500 meter dari warung kecil disekitarnya dengan maksud agar tidak terjadi monopoli bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak toko agen sembako terhadap warung kecil dalam perspektif ekonomi Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dan metode yang

digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Objek penelitian adalah 5 orang pedagang warung kecil di daerah kecamatan Cigudeg, Kabupaten Bogor. Pengolahan data menggunakan metode analisis deskriptif dengan menggambarkan dampak keberadaan agen sembako terhadap warung kecil di kecamatan Cigudeg, kemudian menganalisisnya berdasarkan tinjauan ekonomi Islam. Hasil penelitian menunjukkan, keberadaan agen-agen sembako disekitar warung kecil memberikan dampak penurunan omset dikisaran 30%. Dari sisi keuntungan sebelum keberadaan agen sembako keuntungan warung kecil 30-40% jika dikalkulasi dalam satu bulan dari omset seluruh barang terjual. Setelah adanya agen sembako menurun menjadi 10-20% dalam sebulan dari omset seluruh barang terjual. Dalam perspektif ekonomi Islam, persaingan dagang antara agen sembako dan warung kecil di kecamatan Cigudeg termasuk ke dalam monopoli perdagangan. Istilah monopoli dalam Islam terdapat satu ungkapan yaitu al-Ihtikar. Melalui pendekatan tekstual bahwasanya hadis Nabi Muhammad SAW tersebut di atas dapat dipahami bahwa istilah al-Ihtikar merupakan hal yang dilarang dalam syariat Islam.

**Keywords: Agen Sembako, Warung Kecil, Ekonomi Islam**

## PENDAHULUAN

Islam adalah sumber prinsip moral yang berlaku dalam semua aspek kehidupan sehari-hari, termasuk diskusi tentang perdagangan. Islam memiliki pemahaman menyeluruh tentang masalah-masalah yang berkaitan dengan perdagangan. Dimulai dengan konsep dasar, sumber utama kerugian dalam perdagangan, elemen produksi, tenaga kerja, modal organisasi, distribusi kekayaan, kekhawatiran tentang upah, barang, dan jasa, dan kualifikasi perdagangan, etika sosio-ekonomi yang menangani hak milik dan interaksi sosial dibahas. (Taufik, 2016: 112). Islam dengan tegas menuntut agar perdagangan dilakukan dengan cara yang jujur dan dapat dipercaya karena Islam sangat melarang segala bentuk penipuan. Meskipun mereka mengaku sebagai Muslim, namun mereka yang melakukan penipuan dan tipu muslihat tidak dianggap sebagai Muslim. Ba'i (menjual sesuatu) diperbolehkan dan dibenarkan oleh agama asalkan memenuhi syarat-syaratnya. Tidak ada kesalahan dalam peraturan perundang-undangan ini, menurut mujtahidin ulama yang ahli dalam ijma. (Primandasetyo, 2021: 245). Disamping itu harus pula kita ketahui bahwa kehidupan manusia tidak terlepas dari Al-quran dan hadis. Mengenai usaha jual beli yang manusia kerjakan itu di jelaskan dalam Alquran Al-Baqarah / 2 : 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ  
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا  
خَالِدُونَ

Artinya:

*Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya (Al-Qur'an dan Terjemahan Kemenag RI, 2019).*

Islam selalu memerintahkan pemeluknya untuk melakukan aktivitas mu'âmalah guna memenuhi tuntutan hidup manusia. Islam mengatur berbagai aktivitas muâmalah, antara lain menyewakan, meminjamkan, serta jual beli. Kemudian, para fuqaha mengkodifikasikannya dalam fiqh at-mu'âmalah dengan berbagai mazhab. Cara pandang ulama dalam sejumlah karya fiqh juga

telah memberikan arah penyelesaian permasalahan waqi'iyah yang banyak bermunculan di masyarakat. Permasalahan baru bermunculan akibat pesatnya perkembangan kegiatan mu'âmalah, seperti taktik persaingan komersial yang tidak adil yang digunakan oleh para pelaku usaha. Karena ketatnya persaingan dalam dunia usaha, para pelaku usaha seringkali melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan etika Islam. (Ubaid, 2019: 11). Islam sendiri mengajarkan kepada suatu kaum dalam hal ini adalah masyarakat dituntut untuk lebih mengembangkan kemampuan atau potensi yang ada pada diri sendiri maupun yang berada di wilayah masing-masing sehingga kebutuhan mereka masih bisa dipenuhi (Ismaulinam 2021: 428). Seperti apa yang tertuang di dalam Q.S Al-Arad Ayat 11, berbunyi:

هٗ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya:

*Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.*

Dalam surah ini sudah jelas, jika Allah memerintahkan untuk meningkatkan pembangunan ekonomi suatu daerah. Pelaksanaan pembangunan bidang ekonomi dimaksudkan untuk mewujudkan pemerataan hasil dimana salah satu sektor di bidang ekonomi tersebut adalah mengoptimalkan segala potensi daerah seperti perdagangan baik berskala kecil maupun menengah (Ismaulinam 2021: 428). Salah satunya adalah toko sembako, menurut Guritna (2022: 39) Agen sembako adalah toko tempat barang-barang kebutuhan pokok dijual. Setiap orang membutuhkan suatu bentuk usaha tertentu, yaitu sembilan komoditas pokok yang disebut juga dengan bahan pokok. Kebutuhan masyarakat terhadap Agen sembako yang menyediakan kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau dan dekat dengan tempat tinggalnya. Yang dimaksud dengan “bahan pokok” adalah berbagai komponen makanan dan minuman yang sering dibutuhkan masyarakat Indonesia sehari-hari, seperti beras, sayur mayur, gula pasir, minyak goreng, gas elpiji, dan lain-lain. Perdagangan, atau jual beli barang dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari, tidak dapat dipisahkan dari aktivitas sehari-hari di masyarakat.

Dipilihnya pedagang sembako dikarenakan beberapa hal, yakni; di samping karena sembako menjadi objek utama masyarakat ketika pergi ke pasar, juga dalam prakteknya transaksi yang dilakukan masih belum sepenuhnya berdasarkan pada syariat Islam lantaran minimnya pengetahuan pedagang. Berdasarkan hasil penelitian Ramdaniah (2019: 56) masih ada beberapa pedagang sembako yang kurang baik dalam melakukan pemasarannya, seperti menjual dibawah harga pasar ataupun adanya unsur gharar pada takaran maupun kualitas barang.

Berdasarkan data DataIndonesia.id (2022) mengutip Euromonitor, terdapat 3,61 juta retail di Indonesia pada 2022. Jumlah itu menurun 11,85% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 4,1 juta unit. Lebih dari 10% keseluruhan data toko sembako Indonesia berada di Provinsi Jawa Barat, dilansir dari data Jabarprov.id (2022) terdapat 418.703 toko sembako. Kabupaten Bogor menyumbang 29.872 jumlah agen sembako (BPS Kabupaten Bogor, 2022). Berdasarkan data, diketahui bahwa Kabupaten Bogor menjadi daerah dengan perkembangan agen sembako yang pesat di Jawa Barat maupun Indonesia. Akan tetapi perkembangan agen sembako ini tidak melulu menghadirkan dampak positif bagi masyarakat, terkhusus bagi warung kecil disekitarnya. Menurut Maemunah (2020: 138) pendirian sebuah agen sembako atau minimarket seharusnya juga memperhatikan keberadaan warung atau toko di wilayah sekitar yang lebih kecil dibandingkan dengan minimarket tersebut, namun saat ini yang dilihat bahwa keberadaan agen sembako atau minimarket banyak yang berdiri dekat dengan warung kecil yang lebih kecil dibandingkan agen sembako atau minimarket yang menyebabkan kekhawatiran pemilik usaha warung kecil atas kelangsungan usahanya.

Sangat menantang bagi pemasar untuk bersaing dalam inovasi produk karena persaingan yang ketat. Karena kemajuan teknologi yang cepat, ide-ide baru dengan cepat disalin oleh orang lain, membuat pekerjaan layanan pelanggan menjadi penting. Pada akhirnya, kualitas produk dan kualitas layanan menentukan kualitas penawaran. (Rokan, 2013: 50). Warung kecil atau yang biasa disebut dengan toko kelontong merupakan penyedia kebutuhan sehari-hari merupakan usaha mikro yang kepemilikannya dimiliki oleh pribadi dan melakukan penjualan barang yang bersifat melayani pelanggan atau konsumen datang untuk membeli barang tidak dengan mandiri, yaitu dengan dilayani langsung oleh pelayan toko kelontong tersebut, dan pada umumnya pada toko kelontong yang skala kecil pelayan toko merangkap sebagai kasir juga (Maemunah, 2020: 141). Jadi, toko kelontong dapat dikatakan sebagai usaha mikro disesuaikan dengan pengertian menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, usaha mikro adalah usaha

ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.

Penelitian-penelitian yang terkait mengenai dampak keberadaan agen sembako terhadap warung kecil sudah cukup banyak dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Selpi Yana Br. Ginting (2018) dalam penelitiannya keberadaan agen sembako atau minimarket kaitannya dengan tingkat penghasilan pedagang tradisional di wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan agen sembako, minimarket, alfamart dan indomaret berpengaruh nyata terhadap tingkat penghasilan pedagang tradisional di wilayah Talang Kelapa Sumatera Selatan. Dampak yang paling dirasakan pedagang tradisional adalah penurunannya omset yang signifikan, dengan *range* penurunan omset antara 25% - 60%. Sebagian besar mengakui penurunan omset disebabkan karena konsumen saat ini lebih memilih berbelanja ke Alfamart maupun Indomaret yang memang lebih lengkap sehingga lebih menarik konsumen untuk berbelanja. Penelitian Aqbar (2022) dalam penelitiannya dampak keberadaan agen sembako terhadap warung kecil di Kota Makassar. Hasil penelitian mengetahui bahwa dengan hadirnya agen sembako memberikan dampak kepada warung kecil. Berdasarkan penelitian-penelitian di atas maka dapat dibuat sintesa, bahwa dampak keberadaan minimarket terhadap warung kecil mempunyai dampak negatif dan sangat jelas mempengaruhi pendapatan, omzet, jumlah pelanggan pada warung kecil.

Berdasarkan hasil observasi penulis melihat di daerah Kecamatan Cigudeg agen-agen sembako sering berdampingan dengan warung-warung kecil atau toko kelontong yang tentunya akan memberikan dampak signifikan terhadap pendapat warung-warung kecil ini. Berdasarkan wawancara pra penelitian dengan lima narasumber warung kecil di kecamatan Cigudeg, hadirnya agen-agen sembako yang berdampingan dengan warung-warung kecil memberikan dampak yang cukup signifikan atas berkurangnya omzet pendapatan mereka. Jika merujuk pada Pasal 8 Peraturan Daerah Kabupaten Bogor Nomor 11 Tahun 2012 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern tertulis. Minimarket atau setingkatnya berjarak minimal 500 meter (lima ratus meter) dari Pasar Tradisional dan 100 meter (seratus meter) dari usaha kecil sejenis yang terletak di pinggir Jalan Kolektor/Arteri. Tetapi pada faktanya. Maka

dari itu penulis ingin mengkaji lebih dalam sebuah penelitian dengan tujuan mengetahui dampak toko agen sembako terhadap warung kecil dalam perspektif ekonomi Islam.

## **METODE**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dan metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2015: 15) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif menekankan makna daripada generalisasi. Narasumber pada penelitian ini adalah 5 orang pedagang warung kecil di daerah kecamatan Cigudeg, Kabupaten Bogor. Sumber data yang digunakan yakni data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dengan cara observasi, wawancara secara mendalam dan dokumentasi mengenai tinjauan yang menjadi fokus pada penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari riset kepustakaan yang dijadikan sebagai landasan teori guna sebagai acuan agar peneliti tidak melewati batasan dalam menganalisis data yang diperoleh di lapangan. Pengolahan data menggunakan metode analisis deskriptif dengan menggambarkan dampak keberadaan agen sembako terhadap warung kecil di kecamatan Cigudeg, kemudian menganalisisnya berdasarkan tinjauan ekonomi Islam.

## PEMBAHASAN

Pengujian dampak keberadaan agen sembako terhadap warung kecil disekitarnya dalam penelitian ini menggunakan kriteria omset dan keuntungan, dengan menganalisis perubahan yang terjadi pada ketiga kriteria tadi setelah beroperasinya agen sembako di sekitar warung kecil kecamatan Cigudeg. Penelitian ini menggunakan 5 narasumber pedagang warung kecil di kecamatan Cigudeg yang disandingkan dengan hasil observasi dan diperkuat dengan dokumentasi. Berikut adalah hasil wawancara dengan Hasan sebagai narasumber 1 yang telah berdagang sebagai warung kecil sejak tahun 2019.

Dampak dari kehadiran agen-agen sembako ini dari sisi omset tentunya mempengaruhi warung kecil disekitarnya, biasanya omset warung dalam satu bulan sebelum adanya agen disekitar sini mencapai 13 juta. Tetapi saat ini penurunan terjadi sekitar 30% diangka 9 juta sampai 10 juta dalam satu bulan. Faktor utamanya yang saya pahami dari kelengkapan produk yang dijual agen sembako tentu menawarkan kelengkapan yang lebih banyak daripada warung kecil sehingga konsumen yang memang ingin berbelanja banyak lebih memilih untuk berbelanja di agen sembako. Dari sisi keuntungan, agen sembako memberikan paket potongan harga untuk para langganannya jika berbelanja banyak, sedangkan warung kecil tidak bisa. Sesekali mencoba mengimbangi harga agen sembako keuntungan yang didapatkan sangat tipis sekali biasanya warung kecil mendapatkan 30-40% laba keuntungan dalam sebulan jika mengikuti pola harga agen sembako keuntungan hanya dikisaran 10-15% tentu dari omset yang memang di bawah 10 juta dalam satu bulan keuntungan yang didapatkan sangat kecil.

Berikut adalah hasil wawancara dengan Muhidin sebagai narasumber 2 yang telah berdagang sebagai warung kecil sejak tahun 2019. Memaparkan:

Adanya agen-agen sembako disekitar warung kecil, khususnya di wilayah kecamatan Cigudeg memberikan dampak dari sisi penurunan omset. Dalam satu bulan omset yang didapatkan warung kecil dikisaran 10-15 juta pada tahun 2019, di tahun 2022 setelah pandemic Covid-19 ini beberapa agen sembako baru buka membuat dampak penurunan omset sebesar 40% dikisaran 7 jutaan dalam satu bulan. Hal ini disebabkan karena para konsumen lebih memilih agen sembako ketimbang warung kecil karena harga yang ditawarkan relative lebih murah, tentu agen sembako dapat memberikan harga yang lebih murah karena harga beli dari produk didapat dari penyuplay barang relative lebih murah karena kuantitas barang yang dipesan lebih banyak daripada warung



kecil. Dari sisi itu, keuntungan agen sembako lebih besar daripada warung kecil, jika dihitung satuan barang warung kecil mendapatkan keuntungan lebih besar dibandingkan agen sembako, tetapi jika dihitung dari kuantitas produk yang terjual maka keuntungan agen sembako lebih besar daripada warung kecil.

Hal senada dipaparkan kembali oleh Enang dan Anan sebagai narasumber 3 dan 4 yang telah berdagang sebagai warung kecil sejak tahun 2022. Memaparkan:

Sebagai warung kecil yang relatif baru, tentu belum ada perbandingan dengan agen sembako disekitar. Tetapi jika diukur dengan omset penjualan warung kecil 10 kali lebih kecil dari omset agen sembako. Hal ini wajar karena jumlah barang dan jenis barang yang dijual jauh lebih sedikit ketimbang warung kecil. Keuntungan yang dihasilkan jika dibandingkan dengan satuan barang, warung kecil lebih menguntungkan sehingga kehadiran agen sembako tidak banyak memberikan dampak negatif.

Hal serupa dipaparkan kembali oleh Sopian sebagai narasumber 5 yang telah berdagang sebagai warung kecil sejak tahun 2018. Memaparkan:

Dampak dari kehadiran agen-agen sembako ini dari sisi omset tentunya mempengaruhi warung kecil disekitarnya, biasanya omset warung dalam satu bulan sebelum adanya agen disekitar sini mencapai 10 juta. Tetapi saat ini penurunan terjadi sekitar 30% diangka 7 juta perbulannya. Penyebab utamanya adalah kelengkapan produk yang dijual agen sembako lebih banyak daripada warung kecil sehingga konsumen yang memang ingin berbelanja banyak lebih memilih untuk berbelanja di agen sembako. Dari sisi keuntungan, agen sembako memberikan diskon berupa potongan harga yang lebih murah tentu hal ini tidak bisa diberikan oleh warung kecil karena keuntungan sudah tipis dikisaran 30% dari omset.

Berdasarkan hasil observasi penulis di lokasi penelitian, keberadaan agen-agen sembako disekitar warung kecil memberikan dampak negatif dari sisi penurunan omset dan keuntungan. Karena agen menggunakan taktik harga dan mendiversifikasi jenis barang yang mereka jual, omzet warung-warung kecil pun berkurang. Sedangkan diversifikasi komoditas dilakukan dengan menerima sistem konsinyasi barang yang dipasok, strategi penetapan harga dilakukan dengan menerapkan pembelian dalam jumlah yang dapat didiskon atau lebih murah, sehingga menghasilkan barang yang lebih lengkap dan mengurangi risiko. Kondisi penurunan terjadi juga pada keuntungan yang didapatkan, dimana agen sembako memberikan paket potongan harga untuk

para langganannya jika berbelanja banyak, sedangkan warung kecil tidak bisa. Sesekali mencoba mengimbangi harga agen sembako keuntungan yang didapatkan sangat tipis sekali biasanya warung kecil mendapatkan 30-40% laba keuntungan dalam sebulan jika mengikuti pola harga agen sembako keuntungan hanya dikisaran 10-15% tentu dari omset yang memang di bawah 10 juta dalam satu bulan keuntungan yang didapatkan sangat kecil.

**Tabel I. Perbandingan Omset dan Keuntungan Agen Sembako dan Warung Kecil**

No.	Jenis Perdagangan	Omset Perbulan Sebelum Adanya Agen Sembako (Rp)	Omset Perbulan Sebelum Adanya Agen Sembako (Rp)	Keuntungan Sebelum Adanya Agen Sembako (Rp)	Keuntungan Sesudah Adanya Agen Sembako (Rp)
1	Warung Kecil	10.000.000 – 13.000.000	7.000.000 – 10.000.000	30-40% dari omset	10-20% dari omset

*Sumber: Diolah (2023)*

Berdasarkan hasil observasi data di atas, keberadaan agen-agen sembako disekitar warung kecil memberikan dampak penurunan omset dari yang sebelumnya dikisaran Rp. 10.000.000 – 13.000.000 dalam sebulan menjadi Rp. 7.000.000 – 10.000.000 terjadi penurunan omset dikisaran 30%. Dari sisi keuntungan sebelum keberadaan agen sembako keuntungan warung kecil 30-40% jika dikalkulasi dalam satu bulan dari omset seluruh barang terjual. Setelah adanya agen sembako menurun menjadi 10-20% dalam sebulan dari omset seluruh barang terjual. Penurunan keuntungan ini tidak terlepas dari harga jual yang ditawarkan warung sembako, agar tetap dapat bertahan maka warung kecil disekitaran agen sembako juga harus ikut menurunkan harga jualnya yang berakibat pada selisih margin keuntungannya semakin menipis.



Gambar 1.1 Dokumentasi Agen sembako dan warung kecil saling berdekatan

Dampak hanyalah kata lain untuk pengaruh atau akibat. Setiap tindakan yang dilakukan seorang supervisor seringkali memiliki pengaruh, baik yang menguntungkan maupun negatif. Prosedur tindak lanjut setelah pemasangan pemantauan internal juga dapat berdampak. Seorang pemimpin yang dapat dipercaya harus bisa mengetahui dampak yang akan ditimbulkan oleh suatu keputusan. (Safrin, 2021: 92). Persaingan warung kecil dengan agen sembako merupakan fenomena yang tidak asing lagi bagi kita, terutama pada zaman era globalisasi dan perkembangan ilmu pengetahuan yang semakin pesat. Penyebab terjadinya persaingan antara keduanya adalah karena keduanya memiliki kesamaan dalam menjual produk kebutuhan sehari-hari, hanya model pelayanan dan fasilitas yang berbeda (Maemunah, 2020: 138).

Keberadaan agen-agen sembako disekitar warung kecil memberikan dampak negatif dari sisi penurunan omset dan keuntungan. Faktor penyebab omset para warung kecil menurun adalah karena para agen sembako menerapkan strategi harga dan diversifikasi komoditas yang dijual. Strategi harga dilakukan dengan menerapkan pembelian kuantitas dapat potongan harga atau harga lebih murah, sedangkan diversifikasi komoditas dilakukan dengan menerima sistem konsinyasi terhadap produk yang dijual, sehingga barang dagangan semakin lengkap dan risiko yang ditanggung semakin kecil. Kondisi penurunan terjadi juga pada keuntungan yang didapatkan, dimana agen sembako memberikan paket potongan harga untuk para langganannya jika berbelanja banyak, sedangkan warung kecil tidak bisa. Sesekali mencoba mengimbangi harga agen sembako keuntungan yang didapatkan sangat tipis sekali biasanya warung kecil mendapatkan 30-40% laba keuntungan dalam sebulan jika mengikuti pola harga agen sembako keuntungan hanya dikisaran 10-15% tentu dari omset yang memang di bawah 10 juta dalam satu bulan keuntungan yang didapatkan sangat kecil.

Keberadaan agen-agen sembako disekitar warung kecil memberikan dampak penurunan omset dari yang sebelumnya dikisaran Rp. 10.000.000 – 13.000.000 dalam sebulan menjadi Rp. 7.000.000 – 10.000.000 terjadi penurunan omset dikisaran 30%. Dari sisi keuntungan sebelum keberadaan agen sembako keuntungan warung kecil 30-40% jika dikalkulasi dalam satu bulan dari omset seluruh barang terjual. Setelah adanya agen sembako menurun menjadi 10-20% dalam sebulan dari omset seluruh barang terjual. Penurunan keuntungan ini tidak terlepas dari harga jual yang ditawarkan warung sembako, agar tetap dapat bertahan maka warung kecil disekitaran agen sembako juga harus ikut menurunkan harga jualnya yang berakibat pada selisih margin keuntungannya semakin menipis. Hal ini selaras dengan hasil penelitian Sarwoko (2018) Keberadaan agen sembako di sekitar warung kecil yang berada di wilayah Kabupaten Malang meningkatkan persaingan untuk mendapatkan konsumen, sehingga warung kecil menerapkan strategi persaingan harga dengan menurunkan margin keuntungan sehingga harga jual lebih murah untuk mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke agen sembako. Padahal jika dilihat dari omset, warung kecil cenderung mengalami penurunan karena dampak dari persaingan usaha ini.

Dalam perspektif ekonomi Islam, persaingan dagang antara agen sembako dan warung kecil di kecamatan Cigudeg termasuk ke dalam monopoli perdagangan. Istilah monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam terminologi Islam tidak ditemukan secara konkrit namun dalam Islam terdapat satu ungkapan yang disinyalir (hampir mirip) dengan monopoli yaitu *al-Ihtikar*. Menurut Hukum Islam, *Ikhtikar* diartikan sebagai suatu praktik atau proses monopoli atas supply dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan tertentu. Secara bahasa, *al-Ihtikar* secara etimologi dapat diartikan dengan: Perbuatan menimbun, pengumpulan (barang-barang) atau tempat untuk menimbun. Dalam kajian fikih *al-Ihtikar* bermakna mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi, atau istilah ekonominya disebut dengan *monopoly's rent* (Junaid, 2021: 35). Praktek monopoli ini tersirat, sebagaimana terdapat di dalam Al-Qur'an Surat al-Imran ayat 108.

تِلْكَ آيَاتُ اللَّهِ نَتْلُوهَا عَلَيْكَ بِالْحَقِّ وَمَا اللَّهُ يُرِيدُ ظُلْمًا لِّلْعَالَمِينَ

Artinya:

*Itulah ayat-ayat Allah yang Kami bacakan kepada kamu dengan benar, dan Allah tidaklah berkehendak menzalimi (siapa pun) di seluruh alam.*

Adapun teks dalam sebuah Hadis yang berhubungan langsung dengan persoalan *ihthikar* adalah sebagai berikut:

عِي هَعُور بِي عِبْد هَلَلَا عِي رَسُل هَلَلَا ص.م.: اِيحْتِكْرَا الْخَبِطِي

Artinya:

*Dari Ma'mar Bin Abdullah, Rasulullah SAW, bersabda, "tidaklah seseorang menimbun (makanan pokok) melainkan ia berdosa.*

Melalui Pendekatan Tekstual Bahwasanya Hadis Nabi Muhammad Saw Tersebut Di Atas Dapat Dipahami Bahwa Istilah *Al-Ihtikar* Merupakan Hal Yang Dilarang Dalam Syariat Islam. Karena Memiliki Dampak Yang Negatif Terhadap Proses Jual Beli Yang Berasaskan Pada Ajaran Dan Norma Islam Itu Sendiri. Sehingga Nabi Muhammad Saw Sangatlah Melarang Bagi Pedagang Yang Melakukan Istilah Monopoli Perdagangan. Walaupun Tidak Ditemukan Secara Jelas Dalam Al-Qur'an Tentang Monopoli Tetapi Ia Mempunyai Hubungan Erat Dengan Riba, Dimana Riba Ini Sangat Dilarang. Karena Di Dalam Riba Terdapat Unsur *Zulmun* (Menganiaya) Orang Lain Diakibatkan Karena Ketidakmampuan Peminjam Untuk Membayarkan Utangnya Tepat Waktu Maka Secara Otomatis Harga Menjadi Naik Melebihi Pokok Pinjamannya Dan Hal Ini Memberatkan Yang Mengakibatkan Si Peminjam Teraniaya Dan Secara Terpaksa Harus Membayarkan Tambahan Modal Tersebut. Sementara *Ihtikar* Walaupun Secara Implisit, Juga Menagandung *Zulmun* (Menzhalimi) Dan Masyarakat Akan Merasakan Akibat Fatalnya. Sebab *Al-Ihtikar* Bertujuan Untuk Mencari Keuntungan Yang Lebih Banyak, Dengan Mencari Keuntungan Dengan Memonopoli Pasar Sehingga Mengakibatkan Penurunan Omset Secara Signifikan Pada Warung Kecil Disekitarnya.

## **PENUTUP**

Keberadaan agen-agen sembako disekitar warung kecil memberikan dampak negative, dampak-dampak ini didasarkan pada beberapa hal. Pertama, adalah penurunan omset bagi warung kecil sebesar 30%. Kedua, dampak negative penurunan keuntungan bagi warung kecil yang disebabkan oleh harga jual yang ditawarkan warung sembako, agar tetap dapat bertahan maka warung kecil disekitaran agen sembako juga harus ikut menurunkan harga jualnya yang berakibat pada selisih margin keuntungannya semakin menipis. Dalam perspektif ekonomi Islam, persaingan dagang antara agen sembako dan warung kecil di kecamatan Cigudeg termasuk ke dalam monopoli perdagangan yang dibahasakan dengan al-Ihtikar, merupakan hal yang dilarang dalam syariat Islam karena di dalam al-Ihtikar mengandung unsur zulmun (menzhalimi) dan masyarakat akan merasakan akibat fatalnya. Sebab al-Ihtikar bertujuan untuk mencari keuntungan yang lebih banyak, dengan mencari keuntungan dengan memonopoli pasar sehingga mengakibatkan penurunan omset secara signifikan pada warung kecil disekitarnya.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, adapun saran dalam penelitian ini penulis tujukan bagi instansi pemerintah daerah setempat di Kecamatan Cigudeg, Kabupaten Bogor. Diharapkan dapat melakukan penertiban bagi agen-agen sembaako agar dapat menjaga jarak minimal dengan warung kecil sesuai dengan aturan yang telah diberlakukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aqbar, K. (2022). Keberlanjutan Usaha Pedagang Warung Kecil Tradisional dengan Menerapkan Etika Bisnis Islam di Kota Makassar. *Jurnal Bidang Kajian Islam*, Vol. 8, No. 1.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor. (2022). Kabupaten Bogor dalam Angka. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Ginting, S. Y. B. (2018). Keberadaan Minimarket Alfamart dan Indomart Kaitannya dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuwasin Sumatera Utara. *Jurnal Swarnabhumi*, Vol. 3, No. 1.
- Guritna, K. D., Mahardika, M. B., Nurjiasih, L. Y., & Sudarnaya, K. (2022). Analisis UMKM Toko Sembako Jans77. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1, No. 1.
- Ismaulina., Suryani., & Nurlisa. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Toko Kelontong di Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1.
- Junaid. (2021). Perspektif Hadist Tentang Ikhtiar. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1, No. 1.
- Kementerian Agama RI. (2019). Al-Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Kementerian Agama RI.
- Maemunah, M. (2020). Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Warung Kecil di Kabupaten Karawang. *Jurnal Buana Ilmu*, Vol. 5, No. 1.
- Peraturan Daerah Kabupaten Bogor No. 11 Tahun 2012 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Primandasetio, S., dkk. (2021). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Ramdaniah, F., & Marzuki, I. (2019). Strategi Pemasaran Pedagang Sembako dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1.
- Rokan, M. K. (2013). *Bisnis Ala Nabi Teladan Rasullullah Saw dalam Berbisnis*. Yogyakarta: Penerbit Bunyan.
- Safrin, F. A., & Mardhiyah, A. (2021). Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 8, No. 1.
- Sarwoko, E. (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 4, No. 2.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Rnd*. Bandung: Alfabeta.
- Taufiq. (2016). Etika Perdagangan dalam Al-Qur'an. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 1.
- Ubadi, A, dkk. (2019). *Fikih Persaingan Usaha*. Jakarta: Lakpesdan NU.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.