



Lapangan pekerjaan yang disediakan pemerintah pada kenyataannya tidak mampu menampung angkatan kerja yang masih produktif. Banyak dari mereka menganggur dan bahkan mencari pekerjaan yang tidak layak disebut dengan bekerja. Sehingga mendorong individu yang mempunyai pola pikir lebih maju mampu memanfaatkan perkembangan teknologi dan peluang yang ada untuk mereka mampu menciptakan lapangan pekerjaan sesuai kemampuan dan kreativitas sesuai dengan perkembangan teknologi.

Keinginan manusia semakin bertambah serta pekerjaan yang kadang menuntut mereka untuk bekerja secara cepat dengan waktu yang terbatas, mendorong individu memiliki pola pikir instan dalam memenuhi kebutuhan. Terutama dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka yang berkaitan dengan kebutuhan pokok. Asal makanan dan minuman itu cocok di lidah mereka dan perut tentunya akan secara berkelanjutan mereka konsumsi. Hal tersebut mendorong para pelaku usaha secara berbondong-bondong mendirikan usaha yang kini tidak asing terdengar di telinga masyarakat Indonesia yaitu waralaba, karena dengan modal yang tidak banyak mereka mampu meraih keuntungan lebih apabila masyarakat sudah menaruh kepercayaan kepada produk yang mereka jual.

Konsep waralaba mulai muncul sejak 200 SM pada waktu itu Tiongkok menjalankan rantai toko makanan dengan menggunakan sistem waralaba untuk merk atau lisensi produk mereka. Sedangkan pada tahun 1850-an waralaba atau *franchise* sudah mulai dikenalkan oleh Issac Singer





hari (*basic necessities*) dengan menggunakan nama minimarket Alfamart.

Pada dasarnya dalam urusan perdagangan atau bisnis, manusia sebagai individu untuk mampu memenuhi kebutuhan hidupnya di satu sisi diperbolehkan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Akan tetapi di sisi lain berkaitan dengan moral dan etika sebagai makhluk yang diciptakan secara sempurna yang memiliki akal dan iman ia tidak bebas secara mutlak membelanjakan hartanya. Pedoman dari nilai-nilai dalam berbisnis sesuai dengan etika bisnis secara Islami harus tetap mereka perhatikan bahkan dilaksanakan dalam praktiknya.

Etika berasal dari kata dalam bahasa Yunani *ethos*, yang mengacu pada nilai, norma, kepercayaan, dan harapan yang menentukan cara orang hidup dan bertindak dalam suatu budaya. Etika lebih dari sekadar standar hidup dan bertindak bagi seseorang. Etika berkaitan dengan cara kita bertindak dan menjalani kehidupan. Berangkat dari penggunaan asalnya dalam bahasa Yunani ini, etika dapat mengacu baik kepada standar seseorang memilih untuk menjalani kehidupan pribadinya maupun standar seseorang hidup dalam komunitas bersama-sama dengan orang lain.

Etika bisnis mencapai status ilmiah dan akademis dengan identitas sendiri, pertama kali timbul di Amerika Serikat pada tahun 1970-an. Untuk memahaminya, menurut Richard De George, pertama-tama perlu membedakan antara *ethics in business* dan *business ethic*. Sejak ada bisnis, sejak itu pula dihubungkan dengan etika, sebagaimana etika selalu





seringkali menetapkan pilihan strategis daripada pendirian berdasarkan nilai. Pilihan strategis didasarkan atas logika subsistem yaitu keuntungan dan kelangsungan hidup bisnis itu sendiri. Dengan kenyataan itu, maka pengembangan etika bisnis harus menghadapi situasi dan kondisi kedalaman logika rasionalitas bisnis yang bersifat material dan karenanya telah menimbulkan ketegangan dan kerugian-kerugian pada masyarakat.

Dengan demikian pada konteks pertama, tugas utama etika bisnis dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntutan moralitas. Tetapi penyelarasan di sini bukan berarti hanya mencari posisi saling menguntungkan antara kedua tuntutan tersebut, melainkan merekonstruksi pemahaman tentang bisnis sekaligus mengimplementasikan bisnis sebagai media usaha atau perusahaan bersifat etis. Etis dalam pengertian sesuai dengan nilai-nilai bisnis. Kedua, etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandang baru, yakni bisnis tidak terpisah dari etika. Bisnis merupakan aktivitas manusia secara keseluruhan dalam upaya mempertahankan hidup (*survive*), mencari rasa aman, memenuhi kebutuhan sosial dan harga diri serta mengupayakan pemenuhan aktualisasi diri yang pada kesemuanya secara *inheren* mendapat nilai-nilai etika.

Kecamatan Pesantren merupakan salah satu daerah yang padat penduduk di daerah Kota Kediri, Jawa Timur. Lokasinya berada tepat di

antara perbatasan kota dan Kabupaten Kediri. Memiliki 15 desa dan kelurahan yang tersebar di daerah yang strategis dikarenakan terletak di jalan utama perbatasan dan jalur alternatif menuju Kabupaten Kediri, Blitar, Tulung Agung, dan Malang.

Salah satu kawasan kota Kediri yang banyak berdiri usaha-usaha tradisional maupun modern seperti pasar tradisional, swalayan, toko kelontong, dan yang paling banyak adalah usaha waralaba, berbentuk pertokoan ataupun gerobak yang berada di ruas jalan-jalan utama. Sejak tahun 2008 sudah banyak usaha waralaba berdiri di daerah kecamatan Pesantren.

Merebahnya usaha waralaba di kalangan para pelaku bisnis mikro seperti usaha waralaba Indomaret dan Alfamart pada saat ini menggeser peran dari pedagang kelontong. Hal itu dikarenakan berdirinya bangunan usaha berada di tengah-tengah kawasan yang padat penduduk dan pasti terdapat banyak usaha kecil rumahan atau pedagang kelontong milik warga.

Persaingan usaha secara terus menerus dilakukan oleh dua gerai usaha waralaba tersebut yang secara tidak langsung mampu menggeser pamor dari usaha rumahan atau kelontong. Banyak konsumen dari pedagang kelontong berpindah menjadi konsumen Indomaret ataupun Alfamart. Masyarakat merasa lebih terhormat dan percaya diri apabila mereka membeli barang-barang di Indomaret ataupun Alfamart sehingga menyebabkan pedagang semakin mengeluh dari waktu ke waktu.



























teori keadilan dalam etika bisnis Islam pedoman tema penelitian yang diangkat. Hal ini merupakan studi literatur dari berbagai referensi.

Bab tiga, memuat deskripsi data yang berkenaan dengan variabel yang diteliti secara objektif dalam arti tidak dicampur dengan opini peneliti. Selain itu akan dipaparkan profil Indomaret dan Alfamart beserta strategi bisnis yang dilakukan. Kemudian dijelaskan tentang konstruksi keadilan bisnis waralaba dan konstruksi keadilan bisnis waralaba terhadap pedagang kelontong di Kecamatan Pesantren Kota Kediri. Berikut juga dampak dari adanya pendirian usaha toko modern tersebut di tengah pedagang kelontong.

Bab empat, membahas hasil-hasil yang didapat dari data yang kemudian dijabarkan secara terperinci hasil-hasil yang didapat dari pengolahan data.

Bab lima, merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran.