

BAB I

PENDAHULUAN

D. Latar Belakang Masalah

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia, selama penduduk dunia masih ada, maka kebutuhan akan makanan tetap meningkat. Dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk dunia maka kebutuhan akan makanan juga meningkat, sehingga menciptakan peluang bisnis yang sangat besar. Hal ini yang memancing banyak pengusaha untuk menjalankan bisnis di bidang pangan khususnya bisnis warung makan, sehingga sampai sekarang bisnis warung makan semakin berkembang di Indonesia.

Semakin maraknya persaingan bisnis kuliner saat ini mengakibatkan setiap warung makan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus dapat memberikan sesuatu yang unik dengan harapan dapat menarik dan menjangkau konsumen lebih banyak, dengan berupaya mempertahankan dan meningkatkan pelayanan dan kualitas produk walaupun harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit. Dari sekian banyak pilihan warung makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih warung makan tertentu. Untuk itu pihak manajemen warung makan terus berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik dari segi pelayanannya. Seperti halnya yang dilakukan oleh manajemen warung Ayam Geprek Abang Ireng. Pihak manajemen Warung Ayam Geprek Abang Ireng menawarkan konsep pelayanan yang unik, yaitu prasmanan. Konsumen dipersilahkan untuk

mengambil nasi, es teh, dan sop ayam sesuai takaran porsi masing-masing dengan level kepedasan ayam suka-suka, sesuai dengan tag-line warung makan tersebut “Nasi sekenyangnya, es teh sekembungnya, cabe sepedesnya, free sop” yang tentunya dibandrol dengan harga yang relatif murah karena segment yang dibidik adalah pelajar dan mahasiswa.

Warung Ayam Geprek Abang Ireng terletak di Surakarta, yang saat ini memiliki 5 outlet. Dilihat dari aspek lalu lintas perhubungan di Pulau Jawa, posisi kota Surakarta tersebut berada pada jalur strategis yaitu pertemuan atau simpul yang menghubungkan Semarang dengan Yogyakarta (JOGLOSEMAR), dan jalur Surabaya dengan Yogyakarta. Dengan posisi yang strategis ini maka tidak heran kota Surakarta menjadi pusat bisnis yang penting bagi daerah kabupaten di sekitarnya. Di kalangan penyuka makanan enak (para wisata kuliner), Solo dikenal sebagai salah satu kota di Tanah Air yang merupakan “gudang”-nya makanan lezat. Berbagai makanan minuman maupun jajanan yang khas dapat dengan mudah dijumpai di Solo. Anda akan dimanjakan oleh keanekaragaman makanan yang tersebar di berbagai sudut kota ini, yang menyajikan cita rasa khas dan eksotis yang langka dijumpai di tempat lain. Hal ini yang menarik penulis untuk memilih Surakarta sebagai lokasi penelitiannya.

Syariat Islam adalah peraturan hidup yang datang dari Allah ta’ala, ia adalah pedoman hidup bagi seluruh umat manusia. Sebagai pedoman hidup ia memiliki tujuan utama yang dapat diterima oleh seluruh umat manusia. Tujuan diturunkannya syariat Islam adalah untuk kebaikan seluruh umat manusia.

Dalam ruang lingkup ushul fiqh tujuan ini disebut dengan *maqāṣid al-syarīah* yaitu maksud dan tujuan diturunkannya syariat Islam. Menurut al-Syatibi *maqāṣid al-syarīah* di bagi kedalam tiga tingkatan salah satunya adalah *maqāṣid al-syarīah* yang terangkum di dalamnya 5 perkara yaitu menjaga agama, akal, nyawa, harta dan keturunan atau biasa di sebut dengan *al-kullīyyat al-khams*. Ke lima perkara ini adalah keperluan asasi yang amat diperlukan oleh setiap manusia. Seandainya salah satu daripada keperluan ini tidak dipenuhi, kehidupan manusia sudah tiada artinya lagi. Segala perkara dan tindakan yang mengingkari kelima-lima perkara ini akan dianggap sebagai *mafsadah*.¹

Maksud dan tujuan diturunkannya syariat Islam tidak lain adalah untuk memberi perlindungan setiap individu yang bersifat moral maupun material. Islam menjaga kehidupan tiap individu, menjaga semua yang menjadi sandaran hidupnya (harta dan semua yang dimilikinya), yang paling dasar dan pertama adalah menjaga kehormatan, yaitu nasab, tempat tumbuh, serta silsilah keturunan dan keluarganya, adapun menjaga akal yang merupakan dasar pembebanan kewajiban dan tanggung jawab dalam Islam, dapat menjaga agama dan hubungan individu tersebut dengan Tuhannya.

Sebagaimana firman Allah pada surat Yunus ayat 57:

يَأْتِيهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَتْكُمْ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ وَشِفَاءٌ لِّمَا فِي الصُّدُورِ

وَهُدًى وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ ﴿٥٧﴾

¹Mohammad dkk. 2010. "Kesejahteraan Ummah dan Agihan Semula Kekayaan Menurut Perspektif Islam", diakses dari eprints.um.edu.um tanggal 22 Agustus 2016

*Artinya: Hai manusia, Sesungguhnya telah datang kepadamu pelajaran dari Tuhanmu dan penyembuh bagi penyakit-penyakit (yang berada) dalam dada dan petunjuk serta rahmat bagi orang-orang yang beriman.*²

Makanan merupakan sumber energi bagi tubuh manusia, baik untuk beribadah, bekerja, belajar, dan aktivitas lainnya. karena Kualitas kesehatan tubuh sangat ditentukan oleh kualitas darahnya, kualitas darah sangat ditentukan oleh kualitas makanan yang dimakan. sehingga Islam sangat memperhatikan hal-hal yang bersangkutan dengan makanan. Sebagaimana firman Allah dalam Surat al-Baqarah ayat 168:

يَأَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

*Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*³

² Tim Penerjemah Al-Quran UUI, Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya, (Yogyakarta: UUI Press, 1999), hlm 188.

³ *Ibid*, hlm 44

Untuk itu penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang implementasi masalah *al-kulliyat al-khams* pada produk dan pelayanan konsumen dengan konsep swalayan yang diterapkan oleh warung makan Ayam Geprek Abang Ireng.

E. Pertanyaan Penelitian

Berangkat dari paparan di atas, maka pertanyaan penelitian yang akan diajukan dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana Implementasi produk dan pelayanan konsumen di Warung Ayam Geprek Abang Ireng?
2. Apakah produk dan konsep pelayanan kepada konsumen di warung Ayam Geprek Abang Ireng sesuai dengan konsep masalah *al-kulliyat al-khams*?

F. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan terhadap suatu masalah pada dasarnya memiliki tujuan penelitian yang ingin dicapai. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana implementasi produk dan pelayanan konsumen di Warung Ayam Geprek Abang Ireng.
- b. Untuk mengetahui kesesuaian produk dan konsep pelayanan kepada konsumen di warung Ayam Geprek Abang Ireng dengan *al-kulliyat al-khams*.

- c. Untuk mengetahui Apakah produk dan konsep pelayanan konsumen di warung Ayam Geprek Abang Ireng telah memberikan masalah bagi konsumen.

2. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini tentunya akan diperoleh hasil yang diharapkan dapat memberi manfaat bagi peneliti maupun bagi pihak lain yang membutuhkan. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana untuk menambah pengetahuan yang telah didapatkan di bangku kuliah mengenai maqashid syariah dan usaha mikro syariah, sehingga penulis akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Warung Ayam Geprek Abang Ireng, semoga hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam menjalankan mekanisme operasional warung khususnya pada produk dan pelayanannya terhadap konsumen yang sesuai dengan masalah *al-kuliyat al-khams*, dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam upaya memajukan produk dan pelayanan warung ayam geprek Abang Ireng.
- 2) Bagi pengembangan akademi hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai usaha mikro syariah khususnya dari segi produk dan pelayanan. Dapat menambah khazanah keilmuan dan

meningkatkan pengetahuan akan praktek-praktek ekonomi Islam dalam bisnis syariah.

- 3) Bagi Praktisi, Mempertajam informasi bagi mereka para pengusaha kuliner di Surakarta khususnya, tentang produk dan pelayanan konsumen yang dapat memberikan masalah bagi konsumen sesuai *al-kulliyat al-khams* yang mungkin dapat diambil manfaatnya.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti mengawali **Bab I** dengan sebuah pengantar kepada penelitian. Dimulai dengan menggaris bawahi latar belakang masalah, merumuskan masalah dalam bentuk pertanyaan, menentukan tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan yang merangkum isi tesis secara singkat.

Bab selanjutnya yaitu **Bab II** berisi telaah pustaka dan landasan teori. Telaah pustaka memaparkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dibuat terkait Implementasi *al-kulliyat al-khams* pada produk dan pelayanan konsumen dan penelitian-penelitian yang menggunakan *maqāṣid al-syarīah* sebagai model penelitian. Sedangkan landasan teori merupakan teori-teori yang digunakan untuk menyusun suatu hipotesis atau model yang akan diuji. Kerangka teori terdiri atas konsep implementasi, *al-kulliyat al-khams*, tinjauan tentang produk dan tinjauan tentang pelayanan.

Bab III Menyajikan tentang metode yang digunakan untuk menganalisis serta digunakan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, sifat penelitian,

sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan desain penelitian.

Kemudian penulis meletakkan hal yang paling penting dari penelitiannya di **Bab IV**, yang akan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini akan menjawab rumusan masalah yaitu Bagaimana Implementasi *al-kulliyat al-khams* pada produk dan pelayanan konsumen di Warung Ayam Geprek Abang Ireng dan Apakah produk dan konsep pelayanan kepada konsumen di warung Ayam Geprek Abang Ireng sesuai dengan konsep *al-kulliyat al-khams* dan telah memberikan masalah bagi konsumen.

Bab V adalah penutup pembahasan yang mengemukakan beberapa kesimpulan sebagai penegasan jawaban dari hasil penelitian. Selain itu dikemukakan sejumlah rekomendasi dan saran sebagai usaha perbaikan dalam mekanisme operasional warung ayam geprek Abang Ireng khususnya pada produk dan pelayanan konsumen.