

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi memerlukan upaya kreativitas dan inovasi seiring dengan perkembangan teknologi. Hal tersebut menunjukkan adanya upaya perkembangan bisnis ditengah berbagai persaingan global yang hadir terutama di Indonesia.<sup>1</sup> Secara umum, bisnis merupakan bagian dari kegiatan muamalah seseorang untuk memperoleh keuntungan guna memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Dengan adanya prinsip-prinsip bisnis syariah maka suatu bisnis pasti akan berjalan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.<sup>2</sup>

Nilai-nilai Islam mengatur seseorang bekerja dalam mencapai tujuan dan keinginannya dengan tidak menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika<sup>3</sup>. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai

---

<sup>1</sup> Frinces dan Nunik Kurniawati, *Persaingan Dan Daya Saing: Kajian Strategis Globalisasi Ekonomi*, Yogyakarta : Mida Pustaka, 2011, hlm. 1.

<sup>2</sup> Wahyu Mijil Sampurno. "Implementation Of Islamic Business Ethics And Its Impacts On Family Business". *Journal of Islamic Economics Lariba* (2016) Vol. 2 ISSUE 1: 25-30, DOI: 10.20885/jielariba.vol2.iss1.art4, hlm. 25.

<sup>3</sup> Mohammad Reevany Bustami, dkk. "CSR Islam: CSR ISLAM Tujuh Prinsip Transformasi Organisasi Untuk Kemajuan Bisnis dan masyarakat". Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2021, hlm. 55.

etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup bisnis.<sup>4</sup>

Dalam pandangan Islam Etika lebih dikenal dengan akhlak yang sebagai buah yang dihasilkan dari proses penerapan *Aqidah* dan Syariah. Ibarat sebuah bangunan, akhlak adalah kesempurnaan bangunan setelah fondasi bangunan tersebut dan kuat.<sup>5</sup> Menurut Muhammad Djakfar, etika bisnis Islam merupakan norma etika yang berbasiskan *Nash* (al-Qur'an dan al-Hadist) yang di kembangkan atas prinsip, hanya dari sini fungsinya secara utuh (*holistik*). Seperti Persaingan sesuai dengan kesepakatan pasar. Contohnya adalah persaingan harga. Persaingan harga pasar harus ditentukan dengan kesepakatan bersama yang tentunya tidak merugikan pedagang lain, pembeli dan komponen lainnya. Apakah persaingan ini baik atau tidak bagi suatu usaha, sangat tergantung kepada kemampuan pengusahanya.<sup>6</sup> Penerapan etika dalam bisnis akan meningkatkan nilai *entitas* bisnis itu sendiri. Dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi ditambah dengan konsumen yang semakin kritis, maka kalau kepuasan konsumen tetap dijaga akan menyebabkan perusahaan *sustainable* dan dapat dipercaya dalam jangka panjang.<sup>7</sup>

Dalam proses berusaha etika akan berkaitan dengan persaingan. Dalam kehidupan masyarakat yang maju, hampir tidak ada perindustrian yang hidup

---

<sup>4</sup> Mohammad Reevany Bustami, dkk. “*CSR Islam: CSR ISLAM Tujuh Prinsip Transformasi Organisasi Untuk Kemajuan Bisnis dan masyarakat*”. hlm. 55.

<sup>5</sup> Aminah Oktarina. “*Implementation Of Islamic Business Ethics On Small And Medium Sized Enterprises (SMEs): Case Study Of SMEs XYZ*”. Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan Vol. 18, No. 2, October 2017, hlm. 155-163 DOI: 10.18196/jesp.18.2.4042. hlm.156-157.

<sup>6</sup> Muhammad Djafar, *Etika Bisnis Islami*, Malang: UIN Malang Press, 2008, hlm. 9.

<sup>7</sup> Muhammad Djafar, *Etika Bisnis Islami*, hlm. 9.

tanpa persaingan. Di Indonesia, keinginan dan kesungguhan negara untuk menciptakan iklim industri yang sehat telah dilakukan dengan membuat suatu produk undang-undang tentang larangan praktek monopoli dan persaingan industri tidak sehat yakni undang-undang no.5 tahun 1999 dikeluarkan pada tanggal 5 maret 1999 namun, baru berlaku efektif satu tahun kemudian. Dengan adanya kenyataan semacam itu, maka dalam perniagaan terjadinya persaingan adalah hal yang wajar.<sup>8</sup>

Menurut Kasmir pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Persaingan dalam usaha menurut syari'at Islam adalah aktivitas bersaing secara sehat, adil dan jujur serta menjalin silaturahmi agar dapat mempererat ikatan persaudaraan. Jadi, kebebasan individu dalam hal persaingan dibatasi oleh kaidah-kaidah Islam dan akhlak, atau dengan kata lain masih dikendalikan oleh aqidah, karena dengan aqidahlah seseorang bisa mereflesikan persaingan yang sesuai dengan ajaran Islam.<sup>9</sup>

Salah satu usaha kecil yang terus memiliki pangsa pasar adalah usaha Percetakan. Aktifitas tersebut di pahami sebagai usaha kecil yang berangkat dari keahlian seni gambar yang dimiliki oleh para pengusaha dalam memenuhi permintaan pelanggan. Percetakan merupakan bagian dari kegiatan sektor industri yang akan memproduksi berbagai macam produk di antaranya Prasasti, Banner, Baliho, Stempel (otomatis atau biasa), Kartu Undangan, Yasin, ID Card, Name Tag, Plakat, Neon Box, Fiber Glass, Plat

---

<sup>8</sup> Gelhorn dan Gunawan, "*Seri hukum Bisnis: Merger dalam Perspektif monopoli*". Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2000. hlm. 7.

<sup>9</sup> Kasmir. "*Pemasaran Bank*". Jakarta: Kencana, 2008, hlm. 203.

Mobil/ Motor, Selempang, Stiker dan sebagainya. Di mana saat ini masyarakat sangat membutuhkan produk percetakan untuk berbagai keperluan, terutama bagi pengusaha-pengusaha yang ingin mempromosikan produksi usahanya.<sup>10</sup>

Berbagai usaha kecil yang terus berkembang memperlihatkan adanya aktifitas yang selalu menjadi bagian penting di masyarakat. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang pada triwulan III/ 2019 naik sebesar 4,35% (y-on-y) dibandingkan dengan triwulan III/ 2018.<sup>11</sup> Kenaikan tersebut disebabkan oleh kenaikan produksi industri percetakan dan reproduksi media rekaman, yaitu naik 19,59% (y-on-y). Sementara itu untuk yang mengalami kenaikan tertinggi pada triwulan III/ 2019 dibandingkan dengan triwulan II/ 2019 adalah industri barang galian bukan logam sebesar 14,15%.<sup>12</sup>

Dengan banyak berdirinya usaha-usaha percetakan, tingkat persaingan yang terjadi pun semakin ketat sehingga banyak pesaing yang bangkrut karena tidak mampu dalam melakukan persaingan. Untuk mampu bertahan hidup pengusaha sebagai pelaku bisnis harus mampu bersaing dengan cara meningkatkan kinerja, memberikan barang atau jasa yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan harga kompetitif. Produk atau jasa yang dipersaingkan harus halal dan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan dan tidak saling menjatuhkan usaha pesaing<sup>13</sup>.

---

<sup>10</sup> Kiagus A. Rahman. Pengusaha Percetakan. Wawancara pada 1 Oktober 2020.

<sup>11</sup> [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). Diakses pada 12 April 2021.

<sup>12</sup> Sumber: Suhariyanto, 2021, diakses dari [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) pada 12 April 2021

<sup>13</sup> Eri Husien. Pengusaha Percetakan. Wawancara 2 Februari 2021.

Aktifitas usaha kecil dalam berbagai sektor produk baik internal maupun antar usaha yang memiliki mutual simbiosis menghadapi berbagai problematika terutama dalam persaingan yang berhubungan dengan pelanggan maupun bahan baku. Dalam hal tersebut terdapat berbagai keluhan yaitu:

1. Keluhan usaha percetakan terhadap adanya berita hoax atas usaha yang ia jalani dari pengusaha yang lain<sup>14</sup>.
2. Keluhan usaha kecil bidang plakat yang mengeluh akan kehabisan untuk mendapatkan bahan baku, tetapi tidak dengan mereka yang memiliki usaha sejenis namun memiliki jaringan terhadap penjual bahan<sup>15</sup>.

Keluhan tersebut menjadi alasan dasar bahwa adanya kelemahan dari sisi etika Bisnis dalam Persaingan. Peristiwa tersebut alasan untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berjudul: **“IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSAINGAN USAHA PERCETAKAN DI 19 ILIR PALEMBANG”**

## **B. Rumusan Masalah**

- a. Bagaimana Etika Persaingan Antar Pengusaha Percetakan di 19 Ilir Palembang?
- b. Bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Percetakan Di 19 Ilir Palembang?

---

<sup>14</sup> Kiagus Rahman. Pengusaha Percetakan. Wawancara 25 Mei 2021.

<sup>15</sup> Muhammad Ayub. Pengusaha Percetakan. Wawancara 25 Mei 2021.

### C. Batasan Masalah

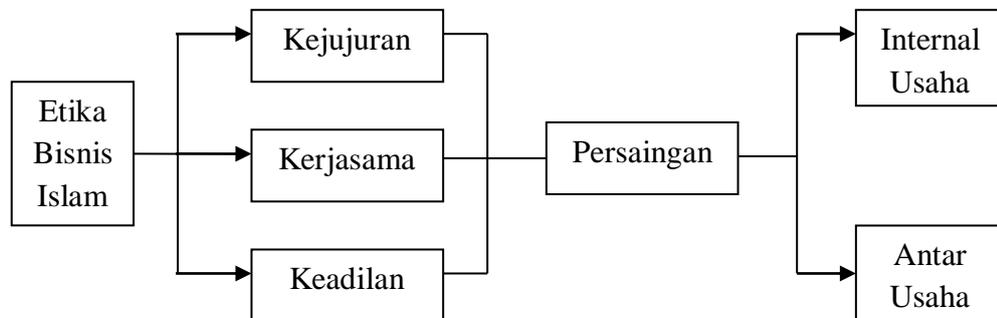
Batasan masalah dalam penelitian ini dilihat dari:

1. Etika Bisnis yang difokuskan pada:
  - a. Struktur mendapatkan dan mengembangkan jumlah konsumen dan pelanggan.
  - b. Pola pelayanan dengan kejujuran, kerjasama, dan keadilan.
2. Persaingan Usaha Percetakan 19 Ilir Palembang difokuskan pada:
  - a. Internal Usaha
  - b. Antar Usaha.

Batasan tersebut dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut.

Gambar 1.1

#### Kerangka Operasional



#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Tujuan

- a. Mengetahui Etika Persaingan Antar Pengusaha Percetakan di 19 Ilir Palembang.
- b. Menjelaskan Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Percetakan di 19 Ilir Palembang.

##### 2. Manfaat

- a. Bagi penulis, menambah wawasan terkait dengan permasalahan yang diteliti dan memperoleh pengetahuan tentang Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Percetakan Di 19 Ilir Palembang.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pemangku Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Percetakan Di 19 Ilir Palembang.
- c. Bagi akademik, memberikan tambahan referensi bagi kepustakaan Universitas Islam Negeri Raden Fatah pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya. Serta dapat dijadikan sumber informasi bagi penelitian berikutnya.

#### **E. Kajian Pustaka**

Berdasarkan hasil penelusuran keperpustakaan di dapatkan beberapa penelitian yang sama yaitu: *Pertama*, Irna Sari (2017), Skripsi. “*Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha (Studi pada*

*Pasar Butung Makassar*)”. Penelitiannya menggunakan metode kualitatif. Dari wawancara memperjelaskan hasilnya yaitu terdapat 2 pola dalam melakukan etika persaingan, yaitu pedagang yang menggunakan etika berdasarkan nilai-nilai *nash* (al-Qur’an dan al-Hadist), dan pedagang lain yang menerapkan etika berdasarkan pada keuntungan semata<sup>16</sup>

*Kedua*, Rini Elpa Sari (2017), Skripsi. “*Etika Persaingan Antar Pengusaha Percetakan Perspektif Etika Bersaing Dalam Islam (Studi Percetakan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu)*”. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif. Hasil penelitian Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Percetakan dalam Perspektif Etika bersaing dalam Islam masih belum sesuai dengan Syariah, karena mereka masih menghalalkan segala cara, tidak menghasilkan produk berkualitas dan pelayanan yang kurang bagus, dan tidak sesuai hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis dimana pesanan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Dalam Islam persaingan yang diperbolehkan adalah persaingan yang sehat, persaingan secara positif yang tidak menghalalkan segala cara hanya untuk sekedar memenangkan persaingan.<sup>17</sup>

*Ketiga*, Titik Pramitasari (2019), Skripsi. “*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam menghadapi Persaingan Bisnis (Studi pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection)*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pada home industri tenun tikar Nies Collection terdapat beberapa indikator

---

<sup>16</sup> Irna Sari. “Skripsi: Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha (Studi pada Pasar Butung Makassar)”. Makassar: UIN Alauddin, 2017.

<sup>17</sup> Rini Elpa Sari. “Skripsi: Etika Persaingan Antar Pengusaha Percetakan Perspektif Etika Bersaing Dalam Islam (Studi Percetakan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu)”. Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2017.

yaitu 1) tauhid, 2) keseimbangan, 3) kebebasan, dan 4) tanggung jawab. Untuk tauhid, Nies Collection memperlakukan karyawannya dengan adil karena beliau yakin setiap tindakan yang dilakukan diawasi oleh Allah Swt. Kemudian untuk keseimbangan, Nies Collection menentukan harganya sesuai dengan *production cost* (biaya produksi) sehingga menghasilkan harga yang sesuai dengan mekanisme pasar. Untuk kebebasan, pemilik bebas berkarya dan bekerja dengan kemampuan yang dimilikinya tanpa merugikan pengusaha lain. Untuk tanggung jawab, pemilik memberi upah karyawannya sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan. Secara keseluruhan, penerapan tersebut sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.<sup>18</sup>

Dari beberapa penelitian terdahulu tersebut memiliki persamaan pada aspek etika bisnis dan persaingan, perbedaannya pada penggunaan yang dalam penelitian ini lebih detail dalam dari sisi Ekonomi Syariah.

## **F. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian dilakukan pada suatu kejadian yang benar-benar terjadi. Dengan cara mencari data secara langsung dengan melihat objek yang akan diteliti. Dan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang

---

<sup>18</sup>Titik Prमितasari. "Skripsi: *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam menghadapi Persaingan Bisnis (Studi pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection)*". Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019.

bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam- dalamnya dan menekankan kedalaman data yang di dapatkan peneliti, semakin dalam dan detail data yang didapatkan maka semakin baik kualitas dari penelitian.<sup>19</sup>

## 2. Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari (1) Sumber Primer dan (2) Sumber Sekunder, didiskripsikan sebagai berikut:

### a. Sumber Primer

Sumber data primer didapat dari hasil telaah wawancara dengan para pemilik Percetakan di wilayah 19 Ilir Palembang.

### b. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder terdiri dari literature, buku-buku, jurnal, ataupun dokumen dokumen yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Beberapa buku yang dipakai terdiri dari:

- a. Buku Ilmu Akhlak, penulis Drs. H. Samsul Munir Amin, M.A, diterbitkan oleh AMZAH, 2016.
- b. Buku Etika Bisnis dalam Perspektif Islam, penulis Prof. Sofyan S. Harahap, Ph. D., MSAc., S.E., B.Sc., CPA, diterbitkan oleh Salemba Empat, 2011.
- c. Buku Etika Bisnis dalam Islam, penulis Dr. Ika Yunia Fauzia, Lc., M. E. I., diterbitkan oleh Prenada Media, 2018.

---

<sup>19</sup> Beni Ahmad Sabeni, "*Metode Penelitian*". Bandung: Pustaka Setia, 2008, hlm. 186.

- d. Buku Etika Bisnis Islam, penulis Muhammad Djakfar, diterbitkan oleh UIN Maluku Press, 2008.
- e. Buku Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia, penulis Suhasril dan Makarao, M.T. diterbitkan oleh Ghalia Indonesia, 2010.

### 3. Responden Penelitian

Responden penelitian ini terdiri dari 2 katagori yaitu Pengusaha Percetakan di 19 Ilir dan Aparat Pemerintahan di wilayah tersebut. Pengambilan responden dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu dengan ditentukan beberapa kereteria. Dalam penelitian ini kriteria responden adalah (1) Percetakan yang berdiri diatas 5 tahun, (2) Percetakan yang memiliki minimal 2 karyawan, dan untuk Aparat Pemerintahan difokuskan pada Kepala Ketua RW/ RT diwilayah tersebut.

Tabel 1.1

#### Responden Penelitian

<b>NO</b>	<b>KRITERIA</b>	<b>MINIMAL</b>
1	Percetakan yang berdiri diatas 5 tahun	2
2	Percetakan yang memiliki minimal 2 karyawan	2
<b>JUMLAH</b>		<b>5</b>

Berdasarkan table tersebut, maka responden penelitian tersebut sebagai berikut:

Tabel 1.2  
Data Responden

NO	NAMA	KETERANGAN
1	Kiagus. A. Rahman	Pemilik Percetakan Aneka
2	Muhammad Yunus	Pemilik Percetakan Hidup Baru
3	Muhammad Ayub	Pemilik Percetakan Bang Ayub
4	Hendra	Pemilik Percetakan Barokah
5	Eri Husin	Pemilik Percetakan Ikhtiar

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti terdiri dari dua cara yaitu:

##### a. Wawancara

Merupakan teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam wawancara, peneliti tidak harus bertatap muka secara langsung, tetapi dapat melalui media tertentu misalnya telepon, atau *chatting* melalui internet.<sup>20</sup>

##### b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti

---

<sup>20</sup> Suliyanto. “*Metode Riset Bisnis*”. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2009, hlm. 137.

sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah, dan bukan dari perkiraan.<sup>21</sup>

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode *deskriptif kualitatif*, yakni menggambarkan atau menguraikan sejelas-jelasnya serluruh masalah yang ada pada rumusan masalah, secara sistematis, factual dan akurat. Kemudian pembahasan ini di simpulkan secara *deduktif* yakni dengan menarik kesimpulan dari pernyataan-pernyataan yang bersifat umum ke khusus sehingga penyajian hasil penelitian dapat dipahami dengan mudah.

### G. Sistematika Penulisan

Agar penulisan skripsi tersusun dengan sistematis dan mempermudah pembahasan maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah Yang Akan Dibahas, Batasan Permasalahan Dalam Penelitian, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

#### **BAB II : KERANGKA KONSEPTUAL**

Bab ini terdiri dari Pengertian; (Implementasi, Etika, Bisnis Islam, Etika Bisnis Islam Persaingan Usaha), Dasar Hukum Etika

---

<sup>21</sup> Basrowi dan Suwandi, “*Memahami Penelitian Kualitatif*”. Jakarta: Rineka Cipta, 2008, hlm. 158.

Bisnis Islam, Macam- Macam Etika Bisnis Islam, Dinamika Etika  
Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha.

### **BAB III : GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN**

Bab ini berisi Sejarah Ringkas Percetakan di Wilayah 19 Ilir  
Palembang, Kepengurusan dan Pembagian Kerja, Produk Usaha,  
dan Perkembangan Percetakan Di 19 Ilir Palembang.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan tentang  
Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha  
Percetakan Di 19 Ilir Palembang.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan tentang hasil penelitian dan jawaban  
dari rumusan masalah serta saran terhadap permasalahan  
permasalahan yang diangkat penulis.