

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap manusia memerlukan harta dalam mencukupi segala kebutuhan hidup, maka dari itu sebagai manusia harus selalu berusaha dalam mendapatkan harta kekayaan. Salah satu cara untuk mendapat harta kekayaan adalah dengan cara bekerja, sedangkan bekerja memiliki banyak macam salah satunya adalah berbisnis. Agama Islam memaksa setiap muslim, melaksanakan kewajiban untuk “Bekerja”. Bekerja adalah solusi bagi umat manusia untuk mempunyai kekayaan. Bekerja menjadi sarana pendorong manusia untuk mencari nafkah, Allah SWT menyediakan bumi beserta isinya sebagai sarana bagi manusia untuk dimanfaatkan sebagaimana dalam mencari rezeki. Selain memerintahkan untuk mencari rezeki, Islam juga mempertimbangan faktor kehalalan dalam sisi perolehan ataupun pendayagunaan (pengelolaan dan pembelajaran) secara baik¹.

Berdasarkan landasan iman, dalam melakukan pekerjaan khususnya berbisnis manusia membutuhkan bantuan orang lain, Allah menjelaskan dalam QS. al-Maidah (5): 2:

“...وَتَعَاوُنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوُنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ”

Artinya : Dan tolong-menolong kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.

¹ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), 17.

Hubungan masyarakat harus saling membantu dan bekerja sama dalam hal kebajikan dan ketakwaan, sehingga akan memberikan hasil yang bermanfaat bagi orang lain. Tindakan ini terlihat dalam bentuk bekerja sama, sikap tolong-menolong, dalam rangka memenuhi kepentingan masing-masing².

Kegiatan bisnis selalu berkaitan dengan persaingan. Persaingan merupakan ciri khas dalam kehidupan manusia seringkali mengungguli satu sama lain dalam berbagai aspek. Persaingan dalam bidang ekonomi merupakan salah satu bentuk persaingan yang dianggap sangat penting antara sekian banyak persaingan, karena semakin majunya zaman maka semakin banyak bermunculan perusahaan serupa dengan bidang yang sama, sehingga berkesempatan memunculkan adanya persaingan. Fakta ini menyebabkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan menimbulkan pemusatan kekuatan ekonomi, dimana penguasaan yang nyata atas pasar oleh satu atau lebih pelaku usaha sehingga dapat menentukan harga barang dan jasa yang akan merugikan kepentingan umum³.

Persaingan sehat secara ideal memiliki aspek positif karena dapat mendorong pelaku usaha melakukan inovasi supaya dapat bersaing dan bertahan pada pasar yang bersangkutan. Lebih dari itu persaingan usaha yang sehat pada akhirnya menguntungkan konsumen, konsumen memperoleh banyak pilihan atas barang dan jasa yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Namun bagi para perusahaan nakal sering dipandang sebagai produk dengan profit rendah, karena perusahaan yang seharusnya mendapatkan keuntungan besar dari pembelian konsumen dalam skala besar memaksanya bersaing dengan pengusaha sejenis.

² Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (ttp.: Prenada Media, 2017), 11.

³ Asmah, *Hukum Persaingan Usaha: Hakikat Fungsi KPPU di Indonesia*, (Makassar : CV. Social Politic Genius, 2017), 42.

Justru demi menarik minat konsumen, tidak sedikit penjual memasang harga lebih rendah dari pesaingnya⁴.

Terkait hal tersebut Islam sebagai aturan hidup yang khas telah memberikan aturan secara rinci untuk menghindari munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Disamping itu aturan juga dibuat untuk mengatur kegiatan bisnis agar tidak ada pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, karyawan maupun siapa saja yang ikut terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut. Karena pada kenyataannya yang kita hadapi di masyarakat saat ini adalah perilaku yang menyimpang dari ajaran agama dan kemerosotan etika dalam bisnis⁵.

Islam ialah agama yang “*Rahmat Li Al-alam*” pasti saja bertabiat umum tidak membedakan antara taraf yang satu dengan taraf yang lain. Demi kemaslahatan seluruh golongan, Islam mengarahkan manusia supaya senantiasa menjunjung besar nilai- nilai etika dalam seluruh kegiatan kehidupan. Oleh sebab itu, apabila etika itu berhubungan dengan permasalahan bisnis, hingga bisa ditafsirkan etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasis al-Qur’an dan Hadis yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis⁶.

Dipandang dari sudut ekonomi, bisnis yang baik adalah bisnis yang membawa banyak keuntungan. Akan tetapi dalam pencarian keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak sehingga bisnis berlangsung sebagai interaksi yang menguntungkan untuk kedua belah pihak yang melibatkan diri, maka suatu bisnis

⁴ Ibid., 45.

⁵ Norvadewi, “Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 01, Nomor 01, Desember 2015, 33-34.

⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012), 29.

yang baik harus memenuhi standart etis. Hal ini berarti dalam berbisnis harus tetap pada tujuannya yaitu mencari keuntungan akan tetapi diperlukan adanya nilai-nilai etika dalam berbisnis⁷.

Seorang pengusaha yang peduli pada etika, bisa diprediksi ia akan bersikap jujur, amanah, adil, selalu melihat kepentingan orang lain (moral altruistik). Sebaliknya bagi mereka yang tidak mempunyai kesadaran akan etika, dimanapun dan kapanpun akan menampilkan sikap kontra dalam mengendalikan bisnis⁸. Menurut Islam, pengusaha tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga mencari berkah, yaitu membuat bisnis stabil dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan mendapatkan ridho Allah SWT, yang berarti pengusaha harus mencapai kesuksesan dalam berbisnis⁹.

Kegiatan bisnis kekinian cenderung bisnis yang mengabaikan etika dalam berbisnis. Persaingan dalam dunia bisnis adalah persaingan kekuatan modal, pelaku binis dengan modal besar akan berusaha memperbesar jangkauan bisnisnya hingga para pengusaha kecil semakin terseret dan terpinggirkan. Adanya praktik monopoli dan oligopoli semakin memperparah kondisi persaingan¹⁰, nampak pada persaingan bisnis yang banyak ditemui di sekitar kita. Pertumbuhan yang pesat pasti hendak menarik banyaknya pesaing seragam yang hendak mengancam pertumbuhan pengusaha alas kaki. Apalagi jika wilayah tersebut merupakan pusat

⁷ Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 3.

⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 29.

⁹ Ibid., 30.

¹⁰ Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), 3.

dari produk serupa. Tentunya para pengusaha akan bersaing dalam menarik hati konsumen.

Kecamatan Prajurit kulon Kota Mojokerto merupakan salah satu sentra pengrajin alas kaki yang tersebar di beberapa kelurahan seperti Kelurahan Miji yang memiliki 35 unit usaha, Surodinawan dan Blooto yang memiliki sekitar 59 unit usaha. Sejak tahun 1994, industri kreatif di Mojokerto terus berkembang dan kini menjadi daya saing inti (KIID) industri daerah di Mojokerto. Mengenai pengembangan pariwisata RTRW di Mojokerto dari tahun 2012-2032, pemerintah mendirikan Kampung Sepatu pada tahun 2012. Pemerintah Kota Mojokerto melalui Diskoperindag membentuk kawasan ini yang bertujuan untuk menarik minat wisatawan. Perlu diketahui bahwasannya Kota Mojokerto minim sumber daya alam sehingga salah satu caranya adalah dengan mengoptimalkan sumber daya manusia melalui potensi keterampilan kerajinan tangan yang diimplementasikan melalui konsep wisata edukasi. Para wisatawan tidak hanya membeli produknya saja namun wisatawan juga berkesempatan berinteraksi langsung dengan pengrajin untuk mengetahui proses produksi alas kaki.

Setiap pengrajin alas kaki memiliki model dan kualitas yang berbeda-beda. Hampir setiap masyarakat yang ada di kampung tersebut memiliki usaha serupa, memungkinkan akan terjadi kompetisi antar pengusaha. Banyak sekali produsen sepatu di daerah tersebut, sehingga tidak bisa dihindari dalam persaingan jual beli sepatu. Pengrajin pembuatan sepatu di daerah ini sangat bervariasi, mulai dari pengrajin dengan jumlah sepatu sedikit hingga pengrajin dengan volume produksi yang banyak. Tentunya mereka berlomba-lomba untuk menarik hati pelanggan.

Menurut Ibu Ima selaku pelaku usaha yang sudah menggeluti kerajinan alas kaki sejak tahun 1999 menyadari adanya persaingan yang ketat di kawasan Kampung Sepatu mengenai mutu, harga, produk, dan layanan. Menurut riset yang dilakukan penulis, terdapat beberapa pelaku usaha yang belum menjalankan prinsip etika bisnis Islam dalam usahanya, seperti segi kualitas pengrajin memberikan kualitas yang tidak baik, sehingga para konsumen akan merasa dirugikan. Etika Bisnis Islam jelas tidak mengizinkan hal ini. Namun dari sisi pelayanan, pedagang biasa memberikan pelayanan yang optimal dengan bersikap ramah kepada konsumen agar dapat menarik minat pembeli dengan tidak meninggalkan aturan dalam etika bisnis Islam.

Hasil pra-riset, menunjukkan bahwa di Kampung Sepatu terjadi persaingan usaha yang cukup ketat seperti persaingan harga, mutu, produk. Beberapa pelaku bisnis sengaja membuat model serupa dengan harga yang lebih rendah untuk membunuh pesaing dan menarik lebih banyak pembeli, hal ini karena tidak ada aturan yang mendasar dalam mendapatkan keuntungan, sehingga menimbulkan berbagai reaksi dari sebagian pengrajin. Pengrajin yang mempunyai modal besar bisa merendahkan harga produknya untuk menjatuhkan pesaing yang mempunyai modal sedikit atau pas-pasan, dan ada pula pengrajin yang meninggikan harga barang dagangannya, sehingga merugikan konsumen yang membeli produknya¹¹.

Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian di Kampung Sepatu karena mayoritas pedagang yang terdapat di Kampung Sepatu beragama Islam, akan tetapi tidak sedikit pedagang yang melakukan kecurangan

¹¹ Wawancara Dengan Ibu Khuza Ima Selaku Pemilik UKM UD Luhur Jaya, tanggal 12 Juli 2020, Pukul : 12.11 WIB. (Lihat di Lampiran 8)

dalam memperjual belikan barang dagangannya yang tidak sejalan dengan prinsip etika bisnis Islam. Alasan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengembangkan penelitian sebelumnya dengan menambah faktor-faktor lain sebagai pembeda dengan penelitian sebelumnya. Sehingga hasil penelitian saat ini belum tentu sama dengan penelitian sebelumnya.

Persoalan di atas melatarbelakangi penulis dalam menyusun skripsi yang bertajuk “**Analisis Persaingan Usaha UKM Dalam Etika Bisnis Islam (Studi Kasus UKM Kampung Sepatu Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto)**”. Sehingga lewat judul tersebut penulis berupaya melaksanakan riset lebih lanjut apakah di dalam UKM Kampung Sepatu terjalin persaingan dan mempraktikkan etika bisnis Islam.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Persaingan Usaha pada UKM Sepatu di Kampung Sepatu Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto?
2. Bagaimana Persaingan Usaha pada UKM Sepatu di Kampung Sepatu Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan
 - a. Untuk Mengetahui Persaingan Usaha pada UKM Sepatu di Kampung Sepatu Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto.

- b. Untuk Mengetahui Persaingan Usaha pada UKM Sepatu di Kampung Sepatu Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

2. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru terkait Analisis Persaingan Usaha UKM Dalam Etika Bisnis Islam di Kampung Sepatu Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto.

b. Bagi Akademisi Universitas

Penelitian ini diharapkan bisa membantu akademisi sebagai literasi kampus yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman UTM dalam bidang ekonomi mikro.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan baru kepada masyarakat tentang Analisis Persaingan Usaha UKM Dalam Etika Bisnis Islam di Kampung Sepatu Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto.

D. Kajian Pustaka

Untuk mencapai yang lebih maksimal, maka peneliti akan memaparkan beberapa literatur atau hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan persaingan usaha dan etika bisnis Islam dalam upaya untuk menghindari kesamaan judul dan pembahasan yang diteliti. Adapun penelitian yang berkaitan langsung dengan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Skripsi, Karlinda Fitriani tahun 2018 IAIN Ponorogo. Penelitian ini membahas tentang “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo”. Pada riset ini ditemukan bahwa strategi pemasaran pengrajin genteng Desa Wringinanom sesuai dengan etika bisnis Islam, seperti aspek (kehendak bebas, pertanggung jawaban, dan kebenaran) telah terpenuhi, sebaliknya pada aspek (keseimbangan dan kesatuan) belum terpenuhi. Aspek penetapan harga belum sesuai dengan etika bisnis Islam, pada aspek (kesatuan, keseimbangan, kebenaran, kehendak bebas) belum terpenuhi. Namun pada aspek (pertanggung jawaban) sudah sesuai. Riset ini mempunyai persamaan ialah mengulas tentang permasalahan persaingan etika bisnis Islam yang menggunakan metode penelitian kualitatif, namun yang membedakan dengan riset terdahulu adalah : pokok permasalahan mengacu pada strategi pemasaran dan persaingan harga saja, sedangkan penelitian ini mengacu pada pokok permasalahan seluruh aspek persaingan yang terjadi yang kemudian dibandingkan dengan persaingan menurut etika bisnis Islam, dan objek penelitian terdahulu pada industri genteng di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo, sebaliknya objek riset saat ini pada industri Kampung Sepatu di Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto.
2. Skripsi, Putri Wita Stefhani tahun 2019 IAIN Metro. Penelitian ini membahas tentang “Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)”. Pada penelitian ini diketahui bahwa

Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur) belum sesuai dengan etika bisnis Islam, dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang mereka miliki, mereka mengetahui tentang persaingan usaha namun hanya menerapkan strategi yang dapat memperbanyak keuntungan tanpa mengikuti ketentuan yang ditetapkan dalam hukum Islam. Penelitian ini memiliki persamaan membahas tentang masalah persaingan dan etika bisnis Islam, menggunakan metode penelitian kualitatif, namun yang membedakan dengan riset sebelumnya yaitu: riset terdahulu lebih mengacu pada pokok permasalahan persaingan usaha pada pedagang sayur keliling dan warung sayur dalam perspektif Etika Bisnis Islam saja, sedangkan penelitian ini lebih mengacu pada pokok permasalahan tentang seluruh aspek persaingan yang sudah terjadi, kemudian di bandingkan dengan persaingan menurut etika bisnis Islam dan juga objek penelitian terdahulu pada pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur, sedangkan objek penelitian saat ini pada pelaku industri Kampung Sepatu di Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto.

E. Sistematika Penulisan

Sistem pembahasan yang ditentukan peneliti dalam penelitian ini yakni tersusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori ini akan membahas tentang teori-teori yang terkait dengan penelitian seperti : persaingan usaha, etika bisnis Islam, praktik bisnis yang diperbolehkan dan dilarang.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini memuat metode yang akan di gunakan untuk penelitian, seperti : jenis penelitian, sumber data, objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, metode pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

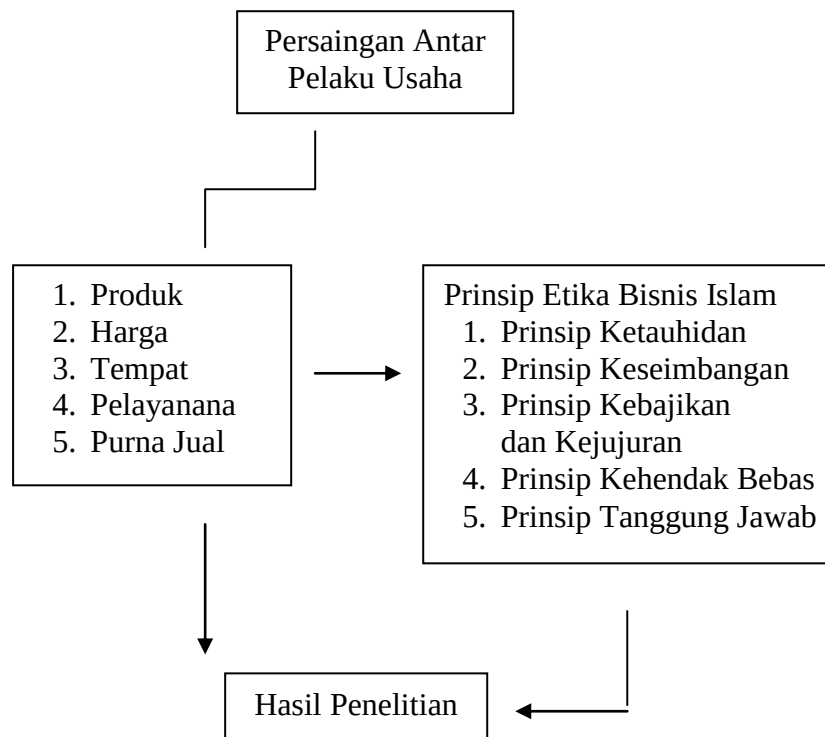
Pada bab ini membahas secara umum gambaran objek penelitian, jawaban dari rumusan masalah, dan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan yang telah dibahas, dan berisi saran untuk peneliti selanjutnya.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ialah model konseptual mengenai teori yang berhubungan dengan bermacam aspek yang sudah diidentifikasi sebagai permasalahan yang berarti¹². Dalam kerangka pemikiran ini hendak mengulas permasalahan yang diangkat oleh peneliti mengenai **“Analisis Persaingan Usaha UKM Dalam Etika Bisnis Islam (Studi Kasus UKM Kampung Sepatu Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto)”**.



Gambar 1.1 : Kerangka Pemikiran Konseptual

¹² Husein Umar, *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa Untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), 242.