

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengangguran merupakan masalah yang sangat penting yang harus segera ditangani oleh Pemerintah Indonesia. Pengangguran menyebabkan perekonomian di Indonesia terhambat, tingkat pendapatan masyarakat pun menjadi tidak seimbang dan kesenjangan sosial antar masyarakat menjadi masalah yang sangat pelik.

Dengan adanya masalah pengangguran pemerintah mulai melirik kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah untuk menjadi jalan keluar tersebut. Namun, perlu diketahui bahwa keberadaan UKM yang telah diuji ketahanannya, yaitu pada tahun 1998 saat terjadinya krisis moneter yang melanda Indonesia hingga saat ini memikul beban yang berat sekalipun usaha yang dijalankan para pelaku UKM masih berdiri dan berjalan.

Dalam krisis ekonomi yang berlangsung pada saat orde baru, upaya pemulihan perekonomian negara melalui UKM sangatlah tepat, sebab sektor UKM tidak mendapatkan dampak yang cukup besar. Pada akhir tahun 2001 program UKM menjadi program unggulan pemerintah¹.

¹ Sonny Sumarso, *Manajemen Koperasi: Teori dan Praktek*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003), hlm. 196.

Pengembangan UKM tidak hanya pada pemberian bantuan modal uang dari pemerintah tetapi pemerintah juga wajib memberikan pengetahuan kepada pelaku usaha tentang manajemen, aturan yang birokratis dan iklim usaha yang tidak kondusif.

Salah satu usaha pemerintah dalam menghadapi masalah tersebut adalah dengan membangun dan memberdayakan Usaha Kecil Menengah. Sejak pencanangan dari pemerintah itu Usaha Kecil dan Menengah sudah semakin berkembang. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (Kemkop dan UMKM) tahun 2012, UKM mengalami pertumbuhan sebesar 2,41% menjadi 56,5 unit².

Namun dalam pemberdayaan UKM terdapat kendala yaitu masalah modal atau keuangan. Untuk masalah modal tersebut pemerintah mempunyai solusi yang cukup menjanjikan yaitu dengan adanya program Kredit Usaha Rakyat atau yang biasa disebut dengan KUR. Program KUR telah banyak dilakukan oleh bank-bank pemerintah maupun swasta yang bertujuan untuk melaksanakan program pemerintah dalam rangka pemberdayaan UKM.

Beberapa tahun ini pemerintah fokus pada pengembangan UKM yang berada di daerah. Pemerintah tidak hanya memberikan modal berupa materi. Tetapi pemerintah juga memberikan pengetahuan kepada pelaku UKM tentang manajemen, cara mengelola keuangan perusahaan, memberikan motivasi serta memberikan jalan untuk memasarkan produk yang dibuat oleh pelaku UKM

² Ainur Rofiq, *Pertumbuhan Ekonomi dan Kemiskinan*, (Jakarta: Republika Penerbit, 2014), hlm. 122.

melalui event-event yang dilakukan pemerintah baik dalam skala kota atau kabupaten, provinsi, nasional maupun internasional.

Salah satu UKM yang cukup terkenal di Indonesia yang berada di Jawa Timur adalah UKM tas kecamatan Tanggulangin. UKM tas kecamatan Tanggulangin merupakan salah satu UKM yang bertahan lama. Bertahannya UKM tas kecamatan Tanggulangin juga diwarnai dengan jatuh bangunnya usaha yang telah dirintis pengusaha³.

Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh UKM tas kecamatan Tanggulangin tidak terlepas dari persaingan bisnis yang dilakukan oleh pelaku UKM satu dengan yang lainnya. Persaingan usaha tersebut dapat berupa promosi yang dilakukan oleh masing-masing UKM dan berbagai cara dilakukan oleh pelaku UKM untuk membuat produknya laku di pasar.

Di UKM tas kecamatan Tanggulangin terdapat toko atau showroom yang digunakan untuk memajang dan memasarkan produk yang diproduksi oleh pelaku UKM. Kurang lebih terdapat 100 showroom yang terletak berjejer dan saling berhadapan antara satu toko dengan toko yang lainnya, sehingga pengunjung dapat dengan mudah berkunjung ke beberapa toko atau showroom untuk membeli atau melihat-lihat berbagai model tas.

Barang yang diperjualbelikan relatif sama antara satu tempat dan tempat lainnya, baik dari model, bahan maupun kualitasnya. Dengan persamaan ini tentunya masing-masing penjual (*tenant*) mencoba untuk berkreasi dalam

³ <http://bisnis.ukm.co.id/2010/05/industri-tas-dan-koper-Tanggulangin-sidoarjo-tetap-eksis.html>, tgl 05-11-2014, pk1 22.06 WIB.

memasarkan barang dagangannya seperti memberikan harga miring, bonus dan lain sebagainya. Secara teori memasarkan barang merupakan suatu hal yang boleh dilakukan terutama untuk meningkatkan tingkat penjualannya namun menggunakan pola pemasaran dan penjualan dengan cara yang tidak baik dan merugikan (baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain) tentu saja ini dilarang atau tidak diperkenankan terlebih lagi tempat penjualan sangat berdekatan.

Letak *showroom* atau toko yang berjejer memberi peluang yang cukup besar terjadinya persaingan sengit antara para penjual dan tidak menutup kemungkinan persaingan tersebut menjadi tidak sehat dan bahkan tidak sesuai dengan etika bisnis dalam Islam sebagai agama yang dianut oleh mayoritas pedagang atau pengusaha di Tanggulangin.

Karenanya, penelitian akan mengkaji tentang persaingan usaha yang dilakukan antar UKM dan peneliti akan mengangkat permasalahan ini dengan judul **“PERSAINGAN USAHA UKM DALAM ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA UKM TAS DI KECAMATAN TANGGULANGIN)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti bahas diatas maka dapat menarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persaingan usaha pada UKM tas di kecamatan Tanggulangin?
2. Bagaimana persaingan usaha pada UKM di tas kecamatan Tanggulangin dalam perspektif Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui persaingan usaha UKM tas di kecamatan Tanggulangin.
- b. Untuk mengetahui persaingan usaha UKM tas di kecamatan Tanggulangin dalam perspektif etika bisnis Islam.

2. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan peneliti tentang persaingan usaha yang dilakukan oleh para pelaku Usaha Kecil Menengah tas di kecamatan Tanggulangin.

b. Bagi Pelaku UKM

Peneliti mengharapkan dapat memberikan saran atau masukan kepada para pelaku Usaha Kecil Menengah tentang Etika Bisnis Islam khususnya pada bidang persaingan usaha, dengan adanya penelitian ini diharapkan para pelaku usaha dapat mengimplikasikan terhadap usaha

yang telah dilakukan oleh para pelaku Usaha Kecil Menengah tas di kecamatan Tanggulangin.

c. Bagi Lingkungan Pendidikan

Diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu Ekonomi Islam.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti yang akan meneliti tentang penelitian ini untuk selanjutnya.

D. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan yang dipergunakan peneliti adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini peneliti menjelaskan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini peneliti akan menguraikan tentang pengertian persaingan usaha, persaingan sempurna, persaingan usaha tidak sempurna, definisi etika bisnis Islam, persaingan sempurna dalam Islam, larangan persaingan tidak sehat dalam Islam dan kajian pustaka.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti lebih fokus pada jenis metodologi, objek dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data teknik analisis data dan uji keabsahan data.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum UKM tas kecamatan Tanggulangin yang berisi tentang sejarah berdirinya UKM tas kecamatan Tanggulangin. Dan yang kedua berisi tentang analisis persaingan usaha yang dilakukan oleh UKM tas kecamatan Tanggulangin yang dilihat dari perspektif etika bisnis Islam.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab penutup ini merupakan penutup dalam penelitian ini, yang hanya berisi tentang kesimpulan dan saran yang diutarakan oleh peneliti.