

**PERSAINGAN BISNIS DALAM JUAL BELI SEPEDA MOTOR DI
KOTA PAREPARE (TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM)**



Oleh :

ALGIFARI RAHMAT
NIM: 15.2200.126

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
Islam Institut Agama Islam Negeri IAIN Parepare

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE
2020

**PERSAINGAN BISNIS DALAM JUAL BELI SEPEDA MOTOR DI
KOTA PAREPARE (TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM)**

Skripsi

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum**

Program Studi

Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Disusun dan diajukan oleh :

Algifari Rahmat

Nim :15.2200.126

Kepada

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

PAREPARE

2020

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Persaingan Bisnis Dalam Jual Beli Sepeda Motor
Di Kota Parepare (Tinjauan Etika Bisnis Islam)

Nama Mahasiswa : Algifari Rahmat

NIM : 15.2200.126

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Dasar Penetapan Pembimbing : B.39/In.39/Faksyar/01/2019

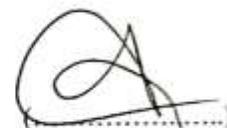
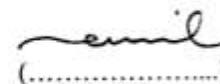
Disetujui oleh

Pembimbing Utama : Dr. Hannani, M.Ag.

NIP : 19720518 199903 1 011

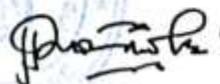
Pembimbing Pendamping : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.

NIP : 19730129 200501 1 004

Mengetahui:

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dekan,

/Dr. Hj. Rusdaya Basri Lc., M.Ag./
NIP. 19711214 200212 2 002

SKRIPSI

**PERSAINGAN BISNIS DALAM JUAL BELI SEPEDA MOTOR DI
KOTA PAREPARE (TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM)**

disusun dan diajukan oleh

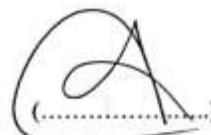
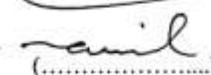
ALGIFARI RAHMAT
NIM. 15.2200.126

telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal 12 Maret 2020 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Hannani, M.Ag.
NIP : 19720518 199903 1 011
Pembimbing Pendamping : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP : 19730129 200501 1 004


(.....)

(.....)


Institut Agama Islam Negeri Parepare
Rektor

Dr. Ahmad Soltra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002


Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dekan

Dr. Hj. Rusdava Basri, Lc., M.Ag.
NIP. 19711214 200212 2 002

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah swt atas semua limpahan rahmat serta hidayahnya yang diberikan kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Tak lupa pula penulis kirimkan salawat serta salam kepada junjungan Nabiullah Muhammad saw. Nabi yang menjadi panutan bagi kita semua. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna menyelesaikan studi pada program Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri IAIN Parepare.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ayahanda Baharuddin dan Ibunda Mihdar yang merupakan kedua orang tua penulis yang telah memberi semangat, do'a dan nasihat-nasihat yang tiada henti-hentinya. Penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih atas dukungannya, baik berupa moril maupun materil yang belum tentu penulis dapat membalasnya.

Selain itu penulis ingin pula mengucapkan terima kasih terkhusus kepada bapak Dr. Hannani, M.Ag. selaku Pembimbing I atas segala bimbingan dan arahan yang diberikan kepada saya serta motivasi untuk bergerak lebih cepat dalam penyelesaian studi penelitian, dan penulis mengucapkan banyak terimakasih juga kepada bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag., selaku pembimbing II atas segala bimbingan, bantuan, arahan dan motivasi.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis juga mendapatkan banyak bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Untuk itu perkenalkan penulis untuk mengucapkan terima kasih pula yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si, selaku bapak Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc., M.Ag, selaku ibu Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak dan ibu dosen pada fakultas syariah dan ilmu hukum islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studynya.
4. Kepada perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan IAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi skripsi ini.
5. Kepala sekolah, guru, dan staf, Sekolah (SD) Inpres Borong, Pondok Pesantren Hj. Haniah (MTS), dan SMA Negeri 1 Parepare tempat penulis pernah mendapatkan pendidikan dan bimbingan di bangku sekolah.
6. Kepala Dinas PMPTSP Parepare beserta jajarannya atas izin dan dayanya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan
7. Kepada sahabat-sahabat Algifari Rahmat, Irwan, Dedy Kurniawan, Haeril Hajar, Muhammad Fahmi, Zulkifli, Rais yang telah sabar dan setia membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada semua teman-teman seperjuangan Prodi Muamalah 2015 yang tak bosan-bosannya memberikan bantuan berupa informasi dan dorongan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada teman seperjuangan saya Irwan yang selalu memberikan nasehat-nasehatnya, dorongannya untuk sebagai penyemangat membuat skripsi ini.
10. Kepada semua elemen yang sudah membantu baik dari teman kost, teman-teman SD, MTS, SMA, dan lain-lainya yang tak bisa ku ucapkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penyusun dengan sangat terbuka dan lapang dada mengharapkan adanya berbagai masukan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak mendapat balasan yang pantas dan sesuai dari Allah swt. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini bernilai ibadah di sisinya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada program studi Muamalah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam IAIN Parepare. Akhirnya, semoga aktivitas yang kita lakukan mendapat bimbingan dan ridho darinya. Aamiin

Parepare, 05 Maret 2020

Penulis



ALGIFARI RAHMAT

15.2200.126

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Algifari Rahmat
Tempat/Tgl. Lahir : Makassar, 03 Juni 1997
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhny, maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 05 Maret 2020

Penulis



Algifari Rahmat

15.2200.126

ABSTRAK

ALGIFARI RAHMAT, *Persaingan Bisnis dalam Jual Beli Sepeda Motor di Kota Parepare (Tinjauan Etika Bisnis Islam)*. (dibimbing oleh Bapak Hannani dan Bapak Muhammad Kamal Zubair)

Sepeda motor adalah kendaraan beroda dua yang digerakkan oleh sebuah mesin. Sepeda motor menjadi kendaraan yang paling diminati oleh masyarakat. Bisa jadi hal itu karena sepeda motor merupakan kendaraan kelas menengah, sepeda motor termasuk kendaraan yang harganya cukup terjangkau oleh masyarakat. Karna alasan banyaknya permintaan masyarakat akan kendaraan motor inilah yang membuka peluang pengusaha baru dibidang sepeda motor. Dengan banyaknya pengusaha sepeda motor ini membuat para pengusaha ini semakin banyak saingan dan membuat pengusaha berfikir bagaimana caranya untuk menarik banyak pembeli agar usahanya dapat terus bertahan dan tidak gulung tikar. Banyak dari para pelaku bisnis yang menghalalkan segala cara demi memenangkan persaingan dan kelancaran transaksi bisnis mereka.

Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan pengetahuan dalam memahami bagaimana persaingan bisnis yang dilakukan pengusaha sepeda motor di kota Parepare dengan tujuan dapat memberikan gambaran mengenai aktivitas jual beli yang dilakukan oleh pengusaha sepeda motor di Kota Parepare. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, data yang dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini bahwa: (1) persaingan mengenai produk, para pemilik usaha sepeda motor memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki. Persaingan harga yang terjadi pada pemilik bisnis sepeda motor di Kota Parepare adalah hal yang wajar terjadi. Persaingan tempat pada Para pemilik bisnis sepeda motor tidak terjadi karena pada dasarnya mereka mengatakan bahwa rezeki sudah ada yang mengatur. Persaingan pelayanan Para pemilik bisnis sepeda motor di kota Parepare mayoritas sudah baik. (2) persaingan yang terjadi pada pemilik bisnis sepeda motor di kota Parepare sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang ada, hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yang telah diterapkan.

Kata Kunci: Persaingan Bisnis, Sepeda Motor, dan Etika Bisnis Islam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
3.1 Tujuan Penelitian.....	4
3.2 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	5
2.2 Tinjauan Teoretis.....	6
2.2.1 Teori Bisnis	6
2.2.2 Teori Persaingan	15
2.2.3 Teori Jual Beli	26
2.2.4 Teori Etika Bisnis Islam	33
2.3 Tinjauan Konseptual	42
2.4 Kerangka Pikir	46

BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	47
3.3 Fokus Penelitian.....	47
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.5 Teknik dan Pengumpulan Data.....	49
3.6 Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
4.1.1 Letak Geografis Kota Parepare	52
4.1.2 Dealer Motor di Kota Parepare	54
4.2 Bentuk Persaingan Bisnis Yang Dilakukan Oleh Pengusaha Sepeda Motor di Kota Parepare	56
4.3 Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pemilik Usaha Sepeda Motor di Kota Parepare	66
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

NO	JUDUL GAMBAR	HALAMAN
1	Bagan Kerangka Pikir	46



DAFTAR TABEL

NO	JUDUL TABEL	HALAMAN
1	Pegusaha Sepeda Motor di Kota Parepare	55



DAFTAR LAMPIRAN

NO	JUDUL LAMPIRAN
1	Surat Izin Melakukan Penelitian dari IAIN Parepare
2	Surat Izin Melakukan Penelitian dari Pemerintah Kota Parepare
3	Surat Keterangan Selesai Meneliti
4	Surat Keterangan Wawancara
5	Dokumentasi
6	Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masalah Sepeda motor menjadi kendaraan yang paling diminati oleh masyarakat. Bisa jadi hal itu karena sepeda motor merupakan kendaraan kelas menengah, sepeda motor termasuk kendaraan yang harganya cukup terjangkau oleh masyarakat, apalagi dengan munculnya sepeda motor matic yang semakin memperluas cakupan pengguna sepeda motor, oleh kalangan remaja perempuan dan ibu-ibu, tak heran jumlah pengendara sepeda motor semakin meningkat dari tahun ke tahunnya.

Karena meningkatnya permintaan masyarakat terhadap kendaraan motor itulah menjadi alasan para pengusaha sepeda motor membuka usaha di bidang jual beli motor bekas. Apalagi saat ini banyak penjual motor yang melayani pembelian cash dan kredit, itu salah satu cara pengusaha sepeda motor untuk menarik pelanggan dan juga dapat memudahkan masyarakat-masyarakat kalangan menengah kebawah untuk dapat memiliki kendaraan motor dengan harga yang tidak terlalu mahal.

Karna alasan banyaknya permintaan masyarakat akan kendaran motor inilah yang membuka peluang pengusaha baru dibidang sepeda motor ini. Dengan banyaknya showroom motor ini membuat para pengusaha ini semakin banyak saingan dan membuat pengusaha berfikir bagaimana caranya untuk menarik banyak pembeli agar usahanya dapat terus bertahan dan tidak gulung tikar. Banyak dari para pelaku bisnis yang menghalalkan segala cara demi memenangkan persaingan dan kelancaran transaksi bisnis mereka.

Dalam persaingan di dunia bisnis semua bisa dihalalkan, mulai dari melakukan bentuk persaingan yang tidak sehat (korupsi, kolusi dan nepotisme), ataupun melenyapkan saingan bisnisnya, itu semua seringkali dilakukan dalam dunia bisnis dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan lebih banyak lagi.

Dalam ajaran Islam kegiatan bisnis sangat dianjurkan, tapi harus sesuai dengan apa yang telah ditetapkan baik itu oleh Al-Qur'an maupun sunnah Nabi, keduanya menjadi pedoman bagi kaum muslim dalam melakukan kegiatan bisnis.

Rasulullah SAW telah memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. walaupun begitu tidak berarti Rasulullah SAW berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut.¹

Secara alami, hal-hal seperti ini ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya. Persaingan usaha merupakan sesuatu yang wajar terjadi, karena bagaimanapun secara nyata mekanisme pasar akan senantiasa menciptakan persaingan usaha. Dimana ketika dipasar mengalami kondisi kelebihan barang, sementara permintaan relatif tetap maka harga akan menjadi cenderung turun, sehingga kemudian dengan sendirinya akan menimbulkan persaingan diantara pelaku pasar untuk memperebutkan segmen pasar yang ada.²

¹Ismail Yusanto, M. Karebet Widjayakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 96-97

²B.N Maribun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), h. 276

Begitu juga ketika kondisi pasar barang relatif tetap, sementara permintaan meningkat maka harga dipasar akan cenderung naik. Tentu adanya kenaikan harga pasti sangat menggiurkan para pelaku usaha untuk dapat meningkatkan omset penjualan yang setinggi-tingginya, sehingga mau tidak mau terjadilah persaingan usaha. Banyak pengusaha yang tidak jujur terhadap kondisi motor yang sesungguhnya kepada calon konsumen sehingga banyak konsumen yang tertipu.

Pelaku bisnis tidak boleh hanya mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang di ajarkan bapak ekonomi kapitalis Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial proses transaksi bisnis. Tegasnya, bisnis bukan hanya mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

Berdasarkan penjelasan di atas dan kenyataan yang ada tetap saja pada sebagian kecil pelaku bisnis dalam jual beli yang termasuk didalamnya para penjual sepeda motor di parepare yang tidak sesuai dengan anjuran islam. Pekerjaan berdagang atau jual beli adalah sebagian dari pekerjaan bisnis kebanyakan masyarakat kita. Apabila dalam berdagang seseorang selalu ingin mencari laba yang besar dari tujuan usahanya, maka seringkali mereka menghalalkan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam hal ini sering terjadi perbuatan negatif yang akhirnya menjadi kebiasaan. Karena dalam anggapan masyarakat, pekerjaan dagang dilakukan penuh dengan penipuan dan ketidak jujuran.

Hal inilah yang membuat menarik untuk diteliti lebih lanjut tentang bagaimana persaingan yang terjadi di kota Parepare. maka penulis tertarik untuk

mengambil skripsi dengan judul “**Persaingan Bisnis dalam Jual Beli Sepeda Motor di Kota Parepare (Tinjauan Etika Bisnis Islam)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang permasalahan tersebut, maka dapat ditarik rumusan masalah:

- 1.2.1 Bagaimana bentuk persaingan bisnis dalam jual beli sepeda motor di kota Parepare ?
- 1.2.2 Bagaimana penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh penjual sepeda motor di kota Parepare ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin di capai dalam kegiatan penelitian ini antara lain:

- 1.3.1 Untuk mengetahui bagaimana persaingan bisnis dalam jual beli sepeda motor di kota Parepare.
- 1.3.2 Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada penjual sepeda motor di kota Parepare.

1.4 Kegunaan Penelitian

- 1.4.1 Kegunaan Teoritis, bagi akademisi penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan pemikiran dalam bidang Ekonomi Islam
- 1.4.2 Kegunaan Praktis, bagi pemerintah dan masyarakat hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah informasi kepada masyarakat khususnya para pelaku dalam kegiatan jual beli.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Pada penelitian yang dilakukan oleh penulis, bukanlah skripsi yang pertama, sebelumnya terdapat banyak penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lili Faradhotul Khofifah pada tahun 2008 dengan judul “Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Motor Bekas (Studi Kasus Jual Beli Motor Bekas Dengan Cacat Tersembunyi Di Showroom Anugrah Jaya Pakis, Pati)”. Penelitian yang dilakukan berfokus pada pelaksanaan jual beli motor bekas dengan cacat tersembunyi di Showroom Anugrah Jaya Pakis, Pati dan juga Mengenai tinjauan hukum Islam terhadap pelaksanaan jual beli motor bekas dengan cacat tersembunyi di Showroom Anugrah Jaya Pakis, Pati³

Penelitian yang dilakukan oleh Selia Madalika tahun 2017 yang berjudul “Persaingan Usaha Showroom Motor Bekas Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Jalan Dempo Raya Bengkulu)” Dalam skripsi ini membahas tentang bagaimana persaingan bisnis usaha Showroom motor bekas di Jalan Dempo Raya Bengkulu. dengan tujuan untuk mengetahui persaingan usaha Showroom motor bekas di Jalan Dempo Raya Bengkulu. Dan untuk mengetahui Apakah persaingan usaha showroom motor bekas di Jalan Dempo Raya sesuai dengan Ekonomi Islam.⁴

³Lili Faradhotul Khofifah, “Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Motor Bekas (Studi Kasus Jual Beli Motor Bekas Dengan Cacat Tersembunyi Di Showroom Anugrah Jaya Pakis, Pati)” (Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah: IAIN Walisongo, 2008), h. 76.

⁴Selia Madalika, “Persaingan Usaha Showroom Motor Bekas Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Jalan Dempo Raya Bengkulu)” (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Islam: IAIN Bengkulu, 2017). h. 71.

Penelitian yang dilakukan oleh Andi Achmad tahun 2018 yang berjudul “Analisis Hukum Islam Terhadap *Fee* Makelar Jual Beli Motor Bekas di Desa Klanganon Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik” Adapun dalam skripsi ini membahas tentang bagaimana praktik pemberian *fee* terhadap makelar jual-beli motor bekas di Desa Klanganon Kebomas Gresik dan bagaimana analisis hukum Islam terhadap praktik pemberian *fee* terhadap makelar jual-beli motor bekas di Desa Klanganon Kebomas Gresik.⁵

Beberapa skripsi diatas, penulis menyimpulkan bahwa ketiganya membahas mengenai jual beli sepeda motor. Tapi skripsi tersebut berbeda dengan yang akan dibuat oleh penulis. Oleh karenanya itu, penelitian ini akan membahas secara detail mengenai persaingan bisnis dalam jual beli sepeda motor di kota parepare dengan tinjauan etika bisnis Islam untuk mendapatkan jawaban yang sesuai.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1. Pengertian dan Ruang Lingkup Bisnis

2.2.1.1. Pengertian bisnis

Apa yang dimaksud dengan bisnis sudah banyak diungkapkan oleh berbagai ahli. Melihat pada asal katanya bisnis berasal dari bahasa Inggris yang berarti ahli: perusahaan, urusan atau usaha. Apabila diterjemahkan dalam bahasa Indonesia, bisnis berarti usaha. Dalam konteks bisnis, usaha mengandung arti kegiatan untuk menambah manfaat dari sesuatu tadi guna dijual serta mendapat keuntungan. Hughes dan Kapoor menyatakan bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi

⁵Andi Achmad, “*Analisis Hukum Islam Terhadap Fee Makelar Jual Beli Motor Bekas Di Desa Klanganon Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Hukum Perdata Islam: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018). h. 73.

untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.⁶

Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Dari pendapat-pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah kegiatan yang dilakukan individu atau sekelompok orang (organisasi) yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Secara umum kegiatan ini ada di dalam masyarakat, dan ada dalam industri. Pandangan lain menyatakan bahwa bisnis ialah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen. Istilah bisnis pada umumnya ditekankan pada 3 hal yaitu: usaha-usaha perorangan kecil-kecilan dalam bidang barang dan jasa, usaha perusahaan besar seperti pabrik, transport, perusahaan surat kabar, hotel dan sebagainya, dan usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu bangsa.⁷

⁶Buchari Alma, Pengantar Bisnis (Bandung: Alfabeta CV, 2014), h. 20

⁷Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 30

Pendapat yang ketiga ini akan sangat luas sekali sebab mencakup usaha-usaha yang dilakukan oleh pihak pemerintah dan swasta baik yang mengejar laba ataupun tidak. Brown dan Petrello menyatakan bahwa “*Business is an institution which produces goods and services demanded by people*”. Artinya bisnis ialah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba. Yang dimaksud dengan laba ialah penerimaan bisnis yang jumlahnya lebih besar dari pada biaya yang sudah diperhitungkan untuk menghasilkan barang dan jasa.

Pengertian bisnis diatas menekankan pada kegiatan yang bersifat mencari laba, dengan menghasilkan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen. Sifat jasa ini tidak berujud, seperti jasa bidang keuangan, asuransi, transportasi, fasilitas umum, grosir, dan retail, banking, kesehatan juga bisnis yang menghasilkan barang seperti perumahan, pakaian, sandang, papan, pangan.

Di samping bisnis yang menghasilkan laba, juga ada bisnis yang tidak mencari laba seperti, museum, sekolah, perguruan tinggi, mesjid, perpustakaan, lembaga pemerintah, Palang Merah, dsb. Mereka menghasilkan jasa walaupun motifnya tidak mencari laba, namun mereka harus bekerja secara efisien, agar dapat mencapai tujuan organisasinya. Kedua bentuk *profit/seeking* dan *nonprofit/organizations* harus bertanggungjawab terhadap publik, dan berperilaku etis, memperhatikan investor, karyawan, langganan, dsb.⁸

⁸Basu Swasta, Ibnu Sujojto. W, *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern*, (Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta, 2000), h. 22

Di dalam Islam bisnis merupakan unsur penting dalam perdagangan. Sejarah telah mencatat bahwa penyebaran agama islam diantaranya melalui perdagangan (bisnis). Masuknya Islam ke Indonesia, dilakukan oleh para pedagang muslim yang mengadakan hubungan yang sangat baik dengan masyarakat dan para tokoh setempat.

Jadi bisnis merupakan bagian dari kegiatan perdagangan dalam rangka mencari pencarian melalui jual beli untuk tujuan untung. Menurut Ibnu Khaladun, berbisnis (berdagang) adalah kegiatan mencari usaha dengan pemanfaatan modal harta melalui jual beli.

Muhammad Iqbal dalam tulisan berjudul “Etika Berdagang: Menyimak Praktik Nabi dalam Kehidupan Masyarakat Madani”, menjelaskan pengertian berdagang (bisnis) dari dua sudut pandang, yaitu menurut mufasir dan ilmu fiqh:⁹

- a. Menurut para mufassir, perdagangan (bisnis) adalah pengelolaan modal untuk mendapatkan keuntungan.
- b. Ahli fiqh, memandang bahwa perdagangan ialah saling menukarkan harta dengan harta secara suka sama suka, atau pemindahan hak milik dengan adanya penggantian menurut yang dibolehkan.

Dari beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bisnis yang identik dengan berdagang merupakan:

- a. Satu bagian muamalat yang berbentuk transaksi antara seseorang atau kelompok dengan lainnya.
- b. Transaksi perdagangan itu dilakukan dalam bentuk jual beli yang diwujudkan dalam bentuk ijab dan qabul.
- c. Perdagangan bertujuan atau dengan motif untuk mencari keuntungan (laba).

⁹Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 31

Jadi, bisnis merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan dalam produksi, menyalurkan, memasarkan, barang dan jasa yang diperlukan oleh manusia baik dengan cara berdagang maupun bentuk lain dan tidak hanya mengejar laba (*profit oriented-social oriented*).

2.2.1.2. Bisnis menurut Al-Qur'an

1. At-tijarah

At-tijarah bermakna berdagang/berniaga. Penggunaan kata *tijarah*, terdapat dua macam pemahaman. Pertama, dipahami dengan perdagangan dalam pengertian yang umum. Kedua, dipahami dengan perniagaan dalam pengertian yang umum.¹⁰

Pengertian perniagaan tidak hanya dihubungkan dengan hal-hal yang bersifat material dan kuantitas, tetapi kebanyakan dari pengertian perniagaan lebih tertuju pada hal yang lebih bersifat immaterial/kualitatif. Makna immaterial misalnya, disebutkan dalam al-Qur'an (QS. Ash-shaff/61:10-11)

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَذُكُم عَلَىٰ تِجْرَةٍ تُنْجِيكُمْ مِّنْ عَذَابِ أَلِيمٍ
تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ۚ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ذَٰلِكُمْ
خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Terjemahnya

Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih? yaitu) kamu beriman kepada Allah dan RasulNya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui¹¹

¹⁰Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2011), h. 38

¹¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 552

Berjihad dengan harta dan jiwa termasuk bisnis, yakni bisnis yang sesungguhnya yang pasti mendapat keuntungan yang hakiki. Dari pemahaman ini pula dapat diambil pemaknaan bahwa perilaku bisnis bukan semata-mata perbuatan dalam hubungan kemanusiaan semata, tetapi juga mempunyai sifat ilahiyah.

Adanya sikap kerelaan dari yang berkepentingan, dan dilakukan dengan keterbukaan merupakan ciri-ciri dan sifat-sifat keharusan dalam bisnis. Jika ciri-ciri dan sifat-sifat diatas tidak ada, maka bisnis yang dilakukan tidak akan mendapat keuntungan dan manfaat. Ayat diatas memperlihatkan hakekat bisnis yang bukan semata-mata material, sebaliknya bersifat material sekaligus immaterial.¹²

2. *Al-bai'u*

Al-bai'u berarti menjual, lawan dari *isyara* atau memberikan sesuatu yang berharga dan mengambil (menetapkan) dari padanya suatu harga dan keuntungannya. Terma *bai'u* dalam al-Qur'an digunakan dalam dua pengertian. Pertama jual beli dalam konteks tidak ada jual beli pada hari kiamat, karena itu al-Qur'an menyeru agar membelanjakan, mendayagunakan, dan mengembangkan harta benda berada dalam proses dan tujuan yang tidak bertentangan dengan keimanan.

Jual beli disini tidak hanya berarti jual beli sebagai aspek bisnis, tetapi juga jual beli antara manusia dengan Tuhan, yaitu ketika manusia melakukan jihad di jalan Allah, mati syahid, menepati perjanjian dengan Allah, maka Allah membeli diri dan harta orang mukmin dengan surga. Jual beli yang demikian dijanjikan Allah dengan surga dan disebut kemenangan yang besar.¹³

3. *Isytara*

¹²Akhmad mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 27

¹³Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqih Muamalat*, (Jakarta :2010), h. 23-25

Dengan demikian *isy tara'* dan derivasinya lebih banyak mengandung makna transaksi antara manusia dengan Allah atau transaksi sesama manusia yang dilakukan karena dan untuk Allah, juga transaksi dengan tujuan keuntungan manusia walaupun dengan menjual ayat-ayat Allah. Transaksi Allah dengan manusia terjadi bila manusia berani mengorbankan jiwa dan hartanya untuk mencari keridhaan Allah, dan Allah menjanjikan balasannya membeli dari orang mukmin tersebut dengan kenikmatan dan keuntungan yang tidak terhitung, yaitu surga. Sebaliknya manusia yang tujuannya mencari keuntungan sendiri, bahkan melakukan dengan menjual ayat-ayat Allah, menjual diri dengan kekafiran, melecehkan dan meremehkan ayat-ayat Allah, menjual kitab Allah dengan sihir, mereka adalah orang-orang yang pasti akan memperoleh kesesatan dalam kehidupan di dunia, dan apalagi di akhirat.

4. *Tada'yantum*

Selain itu al-Qur'an juga menggunakan tema *tada'yantum* digunakan dalam pengertian muamalah yakni jual beli, utang piutang, sewa menyewa dan lain sebagainya sebagaimana firman Allah dalam (QS.Al-Baqarah/282).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ
وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

Terjemahnya

Wahai orang-orang yang beriman apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar.¹⁴

¹⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 48

Penjelasan diatas, terlihat jelas bahwa terma bisnis dalam al-Qur'an baik yang terambil dari tema *tijarah*, *al-ba'i*, *isyara'*, dan *tada'yantum* pada hakekatnya tidak semata-mata bersifat material, dan hanya bertujuan mencari keuntungan material dan sekaligus immaterial, bahkan lebih meliputi dan mengutamakan hal-hal yang bersifat immaterial dan kualitas. Aktivitas bisnis tidak hanya dilakukan sesama manusia, tetapi juga dilakukan antara manusia dengan Allah. Bisnis harus dilakukan dengan ketelitian dan kecermatan dalam proses administrasi dan perjanjian-perjanjian, dan bisnis tidak boleh dilakukan dengan cara penipuan atau kebohongan, hanya karena ingin memperoleh keuntungan.

2.2.1.3. Fungsi Dasar Bisnis

Steinhoff dalam bukunya menyatakan bahwa untuk menyediakan barang dan jasa bagi kebutuhan masyarakat, diperlukan lebih dulu bahan mentahnya, kemudian diproses dalam pabrik menjadi hasil produksi. Dengan demikian tampak jelas bahwa fungsi dasar bisnis ialah:

- a. *Acquiring raw materials* (mencari bahan mentah).
- b. *Manufacturing raw materials into products* (merubah bahan mentah menjadi produk).
- c. *Distributing products to consumers* (menyalurkan barang ke tangan konsumen).

Ada pandangan yang lebih ekstrim yang menyatakan bahwa bisnis dibagi atas dua bagian yaitu:

- a. *Produktion*, dan
- b. *Marketing*

Production yaitu berhubungan dengan mencari bahan mentah dan memproses bahan mentah menjadi barang jadi. Kemudian *marketing* yaitu mendistribusikan, atau memindahkan barang dari satu tempat ke tempat lain, yang menimbulkan kegunaan waktu, tempat dan pemilikan (*time utility, place dan possession utility*).¹⁵

2.2.1.4. Peluang-peluang disediakan oleh Bisnis

Sebagai seorang manusia, kita ingin mendapat pekerjaan yang layak, mendapat kepuasan dari pekerjaan, dan ingin mendapat tantangan serta harapan buat masa depan. Peluang-peluang semacam ini disediakan oleh bisnis secara tidak terbatas, diperuntukkan bagi anak-anak muda yang penuh semangat, enerjik dan berani. Bisnis menyediakan lapangan pekerjaan dari berbagai tingkatan dan lapangan. Mau jadi pekerja, atau jadi direktur, mau dibidang teknik atau bidang perdagangan dan banyak lagi peluang-peluang lainnya.

Dunia bisnis sangat tanggap akan kekurangan barang, di pasar guna memenuhi kebutuhan manusia sepanjang masa. Kegiatan ini tidak akan henti-hentinya, dan menantang terus. Dunia bisnis bertumbuh dan berkembang pesat, sehingga sekarang di pasar dijumpai berjuta-juta macam barang dan jasa dihasilkan, dan membutuhkan berpuluh juta tenaga kerja muda.

Jika seorang mahasiswa, telah tamat dari perguruan tinggi, atau dari dunia pendidikan tingkat menengah, maka anda akan memiliki kualitas pengetahuan atau keterampilan tertentu yang sangat berharga dan membantu dalam pekerjaan. Sekarang ini lapangan kerja tidak lagi diarahkan ke bidang pemerintahan, jadi

¹⁵Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2012) , h. 145

pegawai negeri akan tetapi anak muda mulai mengarahkan pandangan ke dunia bisnis, karena lapangan ini sesuai dengan semangat pemuda, yang selalu ingin mendapat tantangan, guna mencoba kemampuannya.

Menekuni dunia bisnis, Berarti mulai memikul tanggung jawab terhadap masyarakat luas. Dan dari hari ke hari anda mulai mendapat pengalaman, keterampilan dan keahlian anda akan meningkat dari tingkat bawah sampai ke tingkat lebih tinggi. Dan semua usaha harus mulai dari bawah, agar memiliki fondasi kuat untuk mencapai tingkat profesional.

2.2.2 Teori Persaingan Bisnis

2.2.2.1 Pengertian Persaingan Bisnis

Pemasaran tidak akan pernah terlepas dari unsur persaingan. Biasanya, tidak ada satu bisnis pun, yang dengan leluasa berleha-leha menikmati penjualan dan keuntungan. Paling tidak, bukan untuk waktu yang lama untuk menikmatinya karena akan ada pesaing yang ingin turut menikmatinya. Persis seperti ungkapan, “Ada Gula Ada Semut.” Bahkan, yang sering kali terjadi adalah sebuah persaingan yang “sangat kejam.” Persaingan tidak mengenal belas kasihan. Persaingan tidak akan menanyakan apakah modal si pesaing itu dari warisan, atau pemberian mertua, atau berasal dari uang PHK. Bila memang pesaing harus mati (bangkrut), bertahan.¹⁶

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau

¹⁶M. Taufik, *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, h. 18

kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.¹⁷ Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga, iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar.¹⁸

Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan tidak sehat. Secara umum, persaingan bisnis adalah persetujuan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.¹⁹

Dunia persaingan usaha dikenal dengan dinamika persaingan yang berarti perubahan-perubahan yang terjadi terhadap persaingan yang terjadi pada perusahaan dalam memperebutkan pelanggan pada periode-periode tertentu. Setiap perusahaan perlu memperhatikan dinamika yang terjadi agar mereka bisa mengikuti persaingan supaya tidak mengalami kekalahan dalam kompetisi di pasar. Dalam kamus Manajemen persaingan bisnis terdiri dari: a. Persaingan sehat (*healthy competition*), persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan

¹⁷MudrajadKuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2005, h. 86

¹⁸B.N Maribun, *Kamus Manajemen*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003, h. 276

¹⁹Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007, h. 27

etika-etika bisnis. b. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*) persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau fair, dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan, sehingga salah satu tersingkir dari pasar dan salah satunya menjual barang dibawah harga yang berlaku di pasar.

Dunia perdagangan (persaingan bisnis), Islam sebagai salah satu aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang jelas dan rinci tentang hukum dan etika persaingan, serta telah disesuaikan dengan ajaran-ajaran Islam. Hal itu dimaksudkan dengan tujuan untuk menghindari adanya persaingan-persaingan yang tidak sehat. Paling tidak ada tiga unsur yang perlu untuk dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam yaitu: pihak-pihak yang bersaing, cara persaingan dan, produk barang atau jasa yang dipersaingkan. Hal tersebut merupakan unsur terpenting yang harus mendapatkan perhatian terkait dengan masalah persaingan bisnis dalam perspektif Islam.

a) Pihak-pihak yang Bersaing

Manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis. Ia akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangannya tentang bisnis yang digelutinya. Hal terpenting yang berkaitan dengan faktor manusia adalah segi motivasi dan landasan ketika ia menjalankan praktik bisnisnya, termasuk persaingan yang terjadi di dalamnya.

Bagi seorang muslim, bisnis yang dia lakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang dia peroleh tersebut adalah rezeki tidak akan lari ke mana-mana. Bila bukan rezekinya, sekuat apa pun orang mengusahakan, aia tidak mendapatkannya. Begitupun sebaliknya. Tugas

manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rezeki dengan cara yang sebaikbaiknya. Salah satunya dengan jalan berbisnis. Ia tidak sedikit pun akan kekurangan rezeki atau kehilangan rezekinya hanya karena anggapan rezeki itu “diambil” pesaingnya.

Keyakinan bahwa rezeki semata-mata datang dari Allah SWT akan menjadi kekuatan ruhiyah bagi seorang pebisnis muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama berbisnis, ia senantiasa sandarkan segala sesuatunya kepada Allah. Manakala bisnisnya memenangkan persaingan, ia bersyukur. Sebaliknya, ketika terpuruk dalam bersaing, ia bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya. Insya Allah perasaan stress atau tertekan semestinya tidak menimpa pebisnis muslim.

Dalam hal kerja, Islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

Tak salah kiranya jika dalam Islam senantiasa mengajarkan kepada umatnya untuk memiliki etos kerja yang tinggi, dan itu harus dibuktikan dengan cara berlomba-lomba dalam kebaikan. Sehingga jika setiap pebisnis mau memegang prinsip itu, maka besar kemungkinan bahwa kompetisi yang ada bukanlah persaingan untuk mematikan yang lain. tetapi lebih ditekankan sebagai upaya untuk bisa memberikan yang terbaik bagi orang lain dengan usaha yang ia kelola.

a) Cara Persaingan

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami, oleh karena itu harus dihilangkan. Sedangkan praktiki persaingan yang harus dikedepankan adalah bersaing secara sehat, tidak saling manjatuhkan.

Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pihakpihak lain seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal, seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja, tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu diartikan juga memberikan “servis” dengan hal yang dilarang syariah.

Berhubungan dengan rekanan bisnis, setiap pebisnis muslim haruslah memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi. Misalnya saja, memberikan sampel produk dengan kualitas yang sangat baik, padahal produk yang dikirimkan itu memiliki kualitas jelek.

Rasulullah saw. memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaikbaiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Secara alami, hal-hal seperti ini

ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya.

Sementara itu, kaitannya dengan cara berbisnis yang islami, negara harus mampu menjamin terciptanya sistem yang kondusif dalam persaingan. Pemerintah tidak diperkenankan memberikan fasilitas khusus kepada seseorang atau sekelompok bisnis tertentu semisal tentang teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, hak monopoli, atau penghapusan pajak. Hal yang demikian tak ubahnya sebagai praktik kolusi, dan hal itu sangat dibenci dalam Islam. Maka dari itu pemberian fasilitas, kenyamanan, keamanan dalam berbisnis harus diberikan sama dan rata oleh pemerintah kepada siapapun yang menjalankan bisnis, dan yang lebih penting harus benar-benar disesuaikan dengan aturan syari'ah.

b) Produk atau jasa yang dipersaingkan

Selain pihak yang bersaing, cara bersaing Islam memandang bahwa produk (baik barang/jasa) merupakan hal terpenting dalam persaingan bisnis. Islam sendiri memberikan penegasan bahwa barang atau produk yang dipersaingkan harus mempunyai satu keunggulan. Dan beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut.

1. Produk

Produk yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.

2. Harga

Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.

3. Tempat

Tempat yang digunakan harus baik,sehat,bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti barang ynag dianggap sakti untuk menarik pengunjung.

4. Pelayanan

Islam juga sangat menekankan pentingnya sebuah pelayanan dalam usaha bisnis. Suatu bisnis akan senantiasa berkembang dan sukses manakala ditunjang dengan adanya pelayanan terbaik. Misalnya dengan keramahan, senyum kepada para konsumen akan semakin baik dalam berbisnis.²⁰

2.2.2.2 Landasan Hukum Persaingan Bisnis

Landasan hukum dari persaingan bisnis adalah Undang-undang Republik Indonesia nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat.²¹

2.2.2.3 Faktor Pendorong Persaingan

Menurut porter,²² persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah usaha atau perdagangan. Menurut Porter, ada lima faktor persaingan bisnis yang dapat menentukan kemampuan bersaing.

a. Kekuatan tawar pembeli

²⁰Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press; Cetakan 1, 2009, h. 97- 107

²¹Undang-undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

²²Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014), h. 190

Mencakup faktor-faktor seperti pembeli, informasi pembeli. Daya tawar-menawar pembeli mempengaruhi harga yang ditetapkan pedagang.

b. Kekuatan pemasok atau *supplier*

Biasanya sedikit jumlah pemasok, semakin penting produk yang dipasok, dan semakin kuat posisi tawarnya. Demikian juga dengan kekuatan keempat yaitu kekuatan tawar pembeli, dimana kita bisa melihat bahwa semakin besar pembelian, semakin banyak pilihan yang tersedia bagi pembeli dan pada umumnya akan membuat posisi pembeli semakin kuat.

c. Ancaman produk pengganti

Mencakup faktor-faktor seperti biaya perpindahan dan loyalitas pembeli menentukan kadar sejauh mana pelanggan-pelanggan cenderung untuk membeli suatu produk pengganti.

d. Ancaman pendatang baru

Ini merupakan seberapa mudah atau sulit bagi pendatang baru untuk memasuki pasar. Biasanya semakin tinggi hambatan masuk, semakin rendah ancaman yang masuk dari pendatang baru.

2.2.2.4 Macam-Macam Persaingan

1. Pasar Bersaing Sempurna

Dalam pasar bersaing sempurna, secara teoritis penjual tidak dapat menentukan harga atau disebut *price taker*, di mana penjual akan menjual barangnya sesuai harga yang berlaku di pasar. Dalam kenyataannya, pasar bersaing sempurna juga memiliki derajat yang berbeda-beda. Derajat yang paling ekstrem memang penjual tidak dapat menentukan harga sama sekali. Derajat akan semakin mendekati

keekstreman bila hal-hal ini terpenuhi: 1) Ada banyak penjual; 2) Pembeli memandang barang sama saja (homogen); 3) Ada kelebihan kapasitas produksi.

Semakin banyak penjual berarti semakin banyak pilihan pembeli. Penjual yang harganya lebih tinggi tentu akan ditinggalkan pembeli. Hal inilah yang mendorong penjualan untuk mengikuti saja harga yang berlaku di pasar (*price taker*).

Semakin homogen barang yang dijual berarti pembeli semakin tidak memiliki insentif mencari barang di penjual lain. Hal inilah yang mendorong penjual untuk menjual barangnya sama dengan harga yang berlaku di pasar. Tidak ada alasan bagi pembeli untuk membayar lebih untuk barang yang sama.

Semakin banyak kelebihan kapasitas produksi berarti setiap kenaikan permintaan dapat dipenuhi tanpa membuat harga-harga naik. Hal inilah yang menahan penjual untuk tidak menaikkan harganya meskipun ada kenaikan permintaan. Bila ia menaikkan harganya, pembeli akan membelinya dari penjual lain yang juga memiliki kelebihan kapasitas.

2. Pasar Bersaing Monopolistik

Bila salah satu asumsi pasar bersaing sempurna kita lepaskan, dalam hal ini, asumsi tentang barang yang homogen, maka kita akan mendapatkan jenis pasar lain yaitu pasar bersaing monopolistik. Terdiferensiasinya produk yang dijual memberikan peluang bagi penjual untuk menjual barangnya dengan harga yang berbeda (*price maker*) dengan barang lain yang ada di pasar.

Secara lebih formal, Edward Chamberlin memperkenalkan istilah monopolistic competition di tahun 1933 dengan karakteristik sebagai berikut:

- 1). Ada banyak penjual.

Setiap penjual menganggap tindakan yang diambilnya tidak akan secara signifikan memengaruhi penjual lainnya. Misalnya bila satu penjual menurunkan harga baju dagangannya, tidak serta merta penjual lain akan bereaksi dengan menyesuaikan harga baju dagangannya.

2). Setiap penjual menjual produk yang terdiferensiasi.

Produk A dikatakan berbeda dengan produk B bila dengan harga yang sama, ada sebagian pembeli yang lebih menyukai produk A, dan ada sebagian yang lain lebih menyukai produk B. Diferensiasi ini dapat berupa vertical differentiation, misalnya keunikan produk pasta gigi merek tertentu terhadap merek lain. Sebagian pembeli lebih menyukai merek A, sebagian lain lebih menyukai merek B. Diferensiasi dapat pula berupa horizontal differentiation, misalnya keunikan lokasi toko tertentu. Sebagian pembeli lebih menyukai toko A karena lebih mudah dicapai dari tempat mereka, sebagian lain lebih menyukai toko B karena lebih mudah dicapai dari tempat mereka yang lain.

2.2.2.5 Dampak Positif Adanya Persaingan Bisnis

Kompetisi merupakan persaingan yang merujuk kepada kata sifat siap bersaing dalam kondisi nyata dari setiap hal atau aktifitas yang dijalani. Ketika kita bersikap kompetitif maka berarti kita memiliki sikap siap serta berani bersaing dengan orang lain. Dalam arti yang positif dan optimis, kompetisi bisa diarahkan pada kesiapan dan kemampuan untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan kita sebagai umat manusia. Kompetisi seperti ini merupakan motivasi diri sekaligus faktor penggali dan pengembang potensi diri dalam menghadapi bentuk-bentuk kompetisi, sehingga kompetisi tidak semata-mata diarahkan untuk mendapatkan kemenangan

dan mengalahkan lawan.²³ Dengan memaknai kompetisi yang seperti itu, kita menganggap kompetitor lain sebagai patner (bukan lawan) yang memotivasi diri untuk meraih prestasi. Inilah bentuk kompetisi yang dilandasi sifat sehat dan tidak mengarah kepada timbulnya permusuhan atau konflik, sehingga membahayakan kelangsungan dan keharmonisan kehidupan kita.

Tuntunan dunia bisnis dan manajemen yang semakin tinggi dan keras mensyaratkan sikap dan pola kerja yang profesional. Persaingan yang semakin ketat juga seakan mengharuskan orang-orang bisnis untuk bersungguh-sungguh menjadi profesional bila mereka ingin sukses dalam profesinya. Persaingan dalam dunia bisnis mendorong pebisnis meningkatkan efisiensi dan kualitas produk untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain dan pelanggan merasa puas dengan produk tersebut. Selain itu persaingan usaha memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan kreatifitas sumber daya manusia untuk menggunakan sumber daya yang ada secara optimal dan menghasilkan barang-barang yang bernilai tinggi dengan harga yang kompetitif. Persaingan membantu pemerintah menanggulangi kemiskinan akibat krisis moneter yang melanda Indonesia sejak tahun 1997. Dengan bermunculan usaha-usaha baru diharapkan dapat menyerap tenaga kerja yang cukup banyak sehingga masyarakat memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

²³Muhammd Saman, *Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Islam)*, Skripsi (Jakarta: Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universits Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2010), h. 19.

2.2.2 Teori Jual Beli

2.2.2.1 Pengertian Jual Beli

Umumnya orang memerlukan benda yang ada pada orang lain (pemiliknyanya) dapat dimiliki dengan mudah, akan tetapi terkadang pemiliknya tidak mau memberikannya. Adanya syari'at jual beli menjadi *wasilah* (jalan) untuk mendapatkan keinginan tersebut, tanpa berbuat salah. Jual beli (*al-bai'*) menurut bahasa artinya menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata *al-bai'* merupakan sebuah kata yang mencakup pengertian dari kebalikannya yakni *alsyira'* (membeli). Dengan demikian kata *al-bai'* disamping bermakna kata jual sekaligus kata beli²⁴

Perdagangan atau jual beli menurut bahasa berarti *al-bai'*, *al-tijarah* dan *al-mubadalah*, sebagaimana Allah swt, berfirman dalam (Q.S Fatir/45:29)

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ

Terjemahnya:

“Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi”²⁵

²⁴Ru'fah Abdulah, *Fikih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011, h. 65.

²⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 437

Adapun pengertian jual beli menurut istilah (terminologi) yaitu tukar menukar barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.

Imam Taqiyuddin mendefinisikan jual beli adalah tukar menukar harta, saling menerima, dapat dikelola Imam (*tasharruf*) dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan syara'.²⁶ Dari beberapa pengertian di atas dapat dipahami bahwa pengertian jual beli adalah kesepakatan tukar menukar barang atau barang dengan uang yang dapat ditasharrufkan, disertai pertukaran hak kepemilikan dari yang satu ke yang lain secara suka rela sesuai dengan ketentuan syara'.

2.2.2.2. Landasan Hukum Jual Beli

Landasan hukum diperbolehkannya jual beli yaitu berdasarkan al-Qur'an, sunnah dan ijma'.

1. Al-Qur'an

Dasar hukum jual beli dalam al-Qur'an diantaranya terdapat dalam Surat al-Baqarah/275:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Terjemahnya

“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”²⁷

Surat al-Baqarah/198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ

²⁶Imam Taqiyudin Aby Bakrin Muhammad Al Husaain, *Kifayatul Akhyar*, Juz II, Bandung: CV. Alma'arif, t.th, hal. 29.

²⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 47

Terjemahnya

Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu.²⁸

2. As-sunnah

Diantara hadist yang menjadi dasar jual beli yaitu hadist yang diriwayatkan oleh HR. Bazzar dan Hakim:

عن رفاعة بن رافع رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم سئل أي الكسب أطيب؟ قال: يا قال: عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور، رواه البزار وصححه الحاكم

“Dari Rifa’ah bin Rafi’ radhiyallahu ‘anhu, bahwa Nabi shallallahu ‘alaihi wasallam ditanya:”Apakah pekerjaan yang paling baik/afdhol?” Beliau menjawab:”Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri (hasil jerih payah sendiri), dan setiap jual beli yang mabrur”. (HR. Bazzar dan Hakim)

3. Ijma’

Ulama sepakat bila jual beli itu hukumnya boleh dan terdapat hikmah didalamnya. Pasalnya, manusia bergantung pada barang yang ada di orang lain dan tentu orang tersebut tidak akan memberinya tanpa ada imbal balik. Oleh karena itu, dengan diperbolehkannya jual beli maka dapat membantu terpenuhinya kebutuhan setiap orang dan membayar atas kebutuhannya itu.²⁹

Berdasarkan landasan hukum diatas, jual beli diperbolehkan dalam Agama Islam karena dapat mempermudah manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya

²⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan terjemah*, h. 31

²⁹Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, Abdul Hayyie alKattani, dkk, terj. Fiqh Islam, Gema Insani, Depok: 2007, h. 17.

asalkan jual beli tersebut dilakukan atas dasar suka sama suka dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

2.2.2.3 Rukun dan Syarat Jual Beli

Disyariatkannya jual beli adalah untuk mengatur kemerdekaan individu dalam melaksanakan aktifitas ekonomi dan tanpa disadari secara spontanitas akan terikat oleh kewajiban dan hak terhadap sesama pelaku ekonomi yang mana semua itu berdasarkan atas ketentuan al-Qur'an dan hadisth sebagai pedoman dalam ajaran Islam.

Dengan jual beli, maka aktivitas dalam dunia mu'amalah manusia akan teratur, masing-masing individu dapat mencari rezeki dengan aman dan tenang tanpa ada rasa khawatir terhadap suatu kemungkinan yang tidak diinginkan. Hal tersebut dapat terwujud bila jual beli tersebut sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku yaitu terpenuhinya syarat dan rukun jual beli.

Adapun rukun jual beli ada 3, yaitu *Aqid* (penjual dan pembeli), *Ma'qud Alaih* (obyek akad), dan *Shigat* (lafaz ijab qabul).³⁰

1. *Aqid* (penjual dan pembeli) yang dalam hal ini dua atau beberapa orang melakukan akad, adapun syarat-syarat bagi orang yang melakukan akad ialah:

a. Baligh dan berakal

Disyariatkannya aqidain baligh dan berakal yaitu agar tidak mudah ditipu orang maka batal akad anak kecil, orang gila dan orang bodoh, sebab mereka tidak pandai mengendalikan harta, bisa dikatakan tidak sah. Oleh karena itu anak kecil,

³⁰Hendi suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta, Rajawali Pers, 2010, h.7.

orang gila dan orang bodoh tidak boleh menjual harta sekalipun miliknya. Sebagaimana firman Allah dalam surah An-Nisaa ayat 5:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا
وَأَكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Terjemahnya

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka katakata yang baik.”³¹

Namun demikian bagi anak-anak yang sudah dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk, akan tetapi dia belum dewasa, menurut pendapat sebagian ulama bahwa anak tersebut diperbolehkan untuk melakukan perbuatan jual beli, khususnya untuk barangbarang kecil dan tidak bernilai tinggi.

b. Kehendaknya sendiri (tanpa paksaan)

Adapun yang dimaksud kehendaknya sendiri, bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli tersebut salah satu pihak tidak melakukan suatu tekanan atau paksaan kepada pihak lainnya, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan lagi disebabkan oleh kemauannya sendiri, tapi adanya unsur paksaan. Jual beli yang demikian itu adalah tidak sah. Sebagaimana firman Allah dalam surah An-nisaa ayat 29:

³¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 77

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٣﴾

Terjemahnya

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu.”³²

Namun jika pemaksaan tersebut atas dasar pemaksaan yang benar, maka jual beli dianggap sah. Seperti jika ada seorang hakim yang memaksa menjual hak miliknya untuk menunaikan kewajiban agamanya, maka paksaan ini adalah paksaan yang berdasarkan atas kebenaran.

c. Keduanya tidak mubazir

Keadaan tidak mubazir, maksudnya para pihak yang mengikatkan diri dalam perbuatan jual beli tersebut bukanlah manusia boros (mubazir), karena orang boros dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak cakap dalam bertindak, maksudnya dia tidak dapat melakukan suatu perbuatan hukum walaupun kepentingan hukum itu menyangkut kepentingannya sendiri.³³

1. *Ma'qud Alaih* (objek akad)

Syarat-syarat benda yang dapat dijadikan objek akad yaitu: suci, memberi manfaat menurut syara⁴, tidak digantungkan pada sesuatu, tidak dibatasi waktu, dapat diserahkan, milik sendiri, dan diketahui.

2. *Shigat* (lafazd ijab qabul)

³²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 83

³³Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, Jakarta: 1996, h.35-37.

Jual beli dianggap sah, jika terjadi sebuah kesepakatan (*sighat*) baik secara lisan (*sighat qauliyah*) maupun dengan cara perbuatan (*sighat fi'liyah*). *Sighat qauliyah* yaitu perkataan yang terucap dari pihak penjual dan pembeli. Sedangkan *sighat fi'liyah* yaitu sebuah proses serah terima barang yang diperjualbelikan yang terdiri dari proses pengambilan dan penyerahan.³⁴

Akad sendiri artinya ikatan kata antara penjual dan pembeli. Umpamanya: “aku jual barangku kepadamu dengan harga sekian” kata penjual, “aku beli barangmu dengan harga sekian” sahut pembeli. Perkataan penjual dinamakan *ijab* dan perkataan pembeli dinamakan *qabul*. Menurut Sayyid Sabiq dalam bukunya *Fiqh Sunnah* *ijab* merupakan ungkapan awal yang diucapkan oleh salah satu dari dua pihak yang melakukan akad. Dan *qabul* adalah pihak yang kedua.

Menurut Imam Syafi’i jual beli bisa terjadi baik dengan kata-kata yang jelas maupun kinayah (kiasan) dan menurut beliau itu tidak akan sempurna sehingga mengatakan “sungguh aku telah beli padamu”³⁵

Memperhatikan pandangan para fuqaha tersebut, maka dalam masalah ini penulis dapat menggaris bawahi bahwa jika kerelaan tidak tampak, maka diukurlah dengan petunjuk bukti ucapan (*ijab qabul*) atau dengan perbuatan yang dipandang *urf* (kebiasaan) sebagai tanda pembelian dan penjualan.

Menurut beberapa ulama, lafadz (*ijab qabul*) ada beberapa syarat: (a) Kedua pelaku akad saling berhubungan dalam satu tempat, tanpa terpisah yang dapat merusak. (b) Orang yang mengucapkannya telah akil baligh dan berakal. (c) *Ijab* dan

³⁴Saleh Al-Fauzan, *Mulakhasul Fiqhiyah*, Abdul Khayyi Al-Kahani, Terj. “Fiqh Sehari-hari”, Jakarta: Gema Insani Pers, Cet. Ke-1, 2005, h.364.

³⁵Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Nur Hasanuddin, Terj. “Fiqh Sunnah”, Jilid 4, Jakarta: Pena Pundi Aksara, Cet. Ke-1, 2006, hal.121.

qabul harus tertuju pada suatu obyek yang merupakan obyek akad. (d) Adanya kemufakatan walaupun lafadz keduanya berlainan (e) Waktunya tidak dibatasi, sebab jual beli berwaktu seperti sebulan, setahun dan lain-lain adalah tidak sah.³⁶

Uraian di atas dapat diketahui bahwa terpenuhinya rukun dan syarat jual beli merupakan suatu ukuran dimana jual beli itu dapat dikatakan sah menurut hukum Islam. Selain itu, dengan terpenuhinya rukun dan syarat jual beli dimaksudkan agar jual beli itu didasarkan atas dasar suka sama suka, tidak ada unsur pemaksaan dari salah satu pihak sehingga dalam jual beli tersebut tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

2.2.3 Etika Bisnis

2.2.3.1 Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari bahasa Yunani dari kata “*ethos*”, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*), berarti adat-istiadat atau kebiasaan.³⁷ Etika secara terminologis ialah, Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya. Dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai fisufnya dalam berperilaku.³⁸

Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Secara etimologi, etika identik dengan moral, karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata “*moes*”

³⁶Sudarsono, *Pokok-Pokok Hukum Islam*, Jakarta: Rineka Cipta, Cet. Ke-2, 2001, h. 124.

³⁷A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), h. 14.

³⁸Faisal Badroen., et al., *Etika Bisnis Dalam Islam* (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2007), h. 5.

(dalam bentuk tunggal) dan *mores* (dalam bentuk jamak) dalam bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup.³⁹ Sedangkan dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha. Dapat disimpulkan bahwa suatu organisasi/ pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnis dalam bentuk: (1) memproduksi dan atau mendistribusikan barang atau jasa, (2) mencari profit, dan (3) mencoba memuaskan keinginan konsumen.⁴⁰ Konsep bisnis al-Qur'an sangat komprehensif, lebih dari apa yang selama ini adalah bisnis. Semua tindakan yang dilakukan manusia dalam hidupnya adalah investasi, yang baik ataupun investasi jelek. Al-Qur'an memiliki kriterianya sendiri dalam masalah untung rugi dalam masalah bisnis. Kriteria yang dia hadirkan dengan tema-tema yang sangat jelas.⁴¹

Dari uraian tersebut diatas maka dapat didefinisikan Etika Bisnis ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.⁴²

Etika bisnis adalah pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas disini, sebagaimana disinggung diatas berarti: aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam susunan adjective diatas ditambah dengan hala-haram, sebagaimana yang disinyalir oleh Husein Sahata,

³⁹A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010), h. 47.

⁴⁰Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 15-16.

⁴¹Musataq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), h. 35.

⁴²Faisal Badroen., *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 15.

dimana beliau memaparkan sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dibungkus dengan *dhawabith* (batasan syariah).

2.2.3.2 Pengertian Bisnis Islam

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satu usaha untuk memperolehnya adalah dengan bekerja. Sedangkan salah satu dari bentuk bekerja adalah berdagang atau bisnis. Kegiatan penting dalam muamalah yang paling banyak dilakukan oleh manusia setiap saat adalah kegiatan bisnis. Dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.

Bisnis adalah sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Ada yang mengartikan, bisnis sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh *profit* (keuntungan). Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra) sedang jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.

Pengertian bisnis tersebut, dapat di pahami bahwa setiap pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnisnya dalam bentuk; memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa, mencari *profit* (keuntungan) dan, mencoba memuaskan keinginan konsumen. Islam mewajibkan setiap muslim (khususnya) mempunyai tanggung jawab untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia mencari nafkah (rezeki). Allah melapangkan bumi dan seisinya dengan

berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk mencari rezeki, antara lain dalam firman Allah SWT. Dalam Q.S. Al-Mulk/67:15.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ
وَالِيهِ النُّشُورُ

Terjemahnya:

Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.⁴³

Dari penjelasan diatas, bisnis dalam Islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam arti, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam Al-Qur'an al-Hadits). Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi (bisnis).⁴⁴

2.2.3.3 Macam-macam Etika dalam Bisnis

1. Etika dalam Kegiatan Produksi

Menurut para ahli ekonomi defenisi produksi ialah menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan.

⁴³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 563

⁴⁴H.Veithzal Rivai, H. Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksars, 2012), h. 11-12.

Kekayaan alam ini meliputi kekayaan flora dan fauna.⁴⁵ Kegiatan produksi berarti membuat nilai yang bermanfaat atas suatu barang atau jasa, produksi dalam hal ini tidak diartikan dengan membentuk fisik saja. Sehingga kegiatan produksi ini mempunyai fungsi menciptakan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan.⁴⁶

Berkaitan dengan etika produksi ini Allah berfirman dalam (Q.S al-Baqarah/2:29.)

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ
فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Terjemahnya :

Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu.⁴⁷

Jadi, akhlak utama yang wajib diperhatikan oleh kaum muslimin dalam produksi, secara individual maupun secara bersama ialah bekerja pada bidang yang dihalalkan oleh Allah SWT. Tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya. Menurut Qardhawi, tujuan produksi ialah untuk memenuhi kebutuhan setiap individu serta mewujudkan kemandirian umat.⁴⁸

2. Etika dalam Kegiatan Pemasaran

Bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktivitas pemasaran. Sebab pemasaran merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program-

⁴⁵Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta, Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), h. 103.

⁴⁶Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Ekstusif Ekonomi Islam* (Kencana Perdana Media Group 2010), h. 102.

⁴⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 5

⁴⁸Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, h. 103.

program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi. Namun aktivitas pemasaran harus selalu mengedepankan konsep islami yang mengharapkan rahmat dan ridha dari Allah SWT. Dengan demikian, aktivitas pemasaran harus didasari pada etika dalam bauran pemasarannya yang diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Etika pemasaran dalam konteks produk
 - a). Produk dan halal dan *thoyyib*
 - b). Produk yang berguna dan dibutuhkan
 - c). Produk yang berpotensi ekonomi benefit
 - d). Produk yang bernilai tambah yang tinggi
 - e). Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
 - f). Produk yang dapat memuaskan masyarakat
- b. Etika pemasaran dalam konteks harga
 - a). Beban biaya produksi yang wajar
 - b). Sebagai alat kompetisi yang sehat
 - c). Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
 - d). Margin perusahaan yang layak
 - e). Sebagai alat daya tarik bagi konsumen
- c. Etika pemasaran dalam konteks distribusi
 - a). Kecepatan dan ketetapan waktu
 - b). Keamanan dan keutuhan barang
 - c). Sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat

- d). Konsumen mendapat pelayanan tepat dan cepat
- d. Etika pemasaran dalam konteks promosi
 - a). Sarana memperkenalkan barang
 - b). Informasi kegunaan dan kualifikasi barang
 - c). Sarana daya tarik barang terhadap konsumen
 - d). Informasi fakta yang ditopang kejujuran.⁴⁹

3. Etika dalam kegiatan konsumsi

Konsumsi merupakan hal utama dalam kegiatan produksi. Karena pengonsumsi adalah yang mendorong terjadinya proses produksi dalam sebuah kegiatan bisnis yang disebut dengan konsumen. Tujuan utama konsumen ialah mencari kepuasan tertinggi dari barang atau jasa yang memenuhi kriteria kepuasan. Meskipun demikian konsumen tetap harus mempertimbangkan *mashlahah* daripada *utilitas*. Pencapaian *mashlahah* merupakan tujuan dari syariat Islam yang tentu saja harus menjadi tujuan utama dari kegiatan konsumsi.⁵⁰

Jadi, konsumen tidak boleh melupakan *mashlahah* dalam kegiatan konsumsi hanya untuk memuaskan diri sendiri, jika kita berbelanja hendaknya mendahulukan kepentingan daripada keinginan. Karena keinginan sifatnya tidak terbatas dan akan membawa pada sifat beros.

2.2.3.4 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Uraian singkat tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam itu adalah sebagai berikut:

⁴⁹Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, h. 100-101.

⁵⁰Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam* (Cet. IV; Jakarta: Rajawali Pers. 2012), h. 128.

1. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan ialah prinsip-prinsip yang terelefsikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek dalam kehidupan manusia baik dalam bidang politik, sosial dan ekonomi yang menjadi kesatuan yang homogen dan konsisten secara teratur dan menyeluru. Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan inilah etika dan bisnis menjadi terpadu sehingga membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam bisnis sistem islam.⁵¹

2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan (*'adl*) ialah keadilan dan kesetaraan. Prinsip ini menuntut agar setiap orang tidak terkecuali bagi para pelaku bisnis untuk tetap berlaku adil bahkan kepada pihak yang disukai. Karena islam mengharuskan penganutnya untuk tetap berlaku dan berbuat kebijakan, dan bahkan berlaku adil harus di dahulukan dari pada berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar ialah dalam membentuk mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-An'aam/6: 152.

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ^ط وَأَوْفُوا^ط
 الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ^ط لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا^ط وَإِذَا قُلْتُمْ^ط
 فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ^ط وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا^ط ذَٰلِكُمْ وَصْنُكُمْ بِهِ^ط
 لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

⁵¹Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 89.

Terjemahnya

Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.⁵²

Konsep Keseimbangan ini juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh para pelaku bisnis muslim. Oleh karena itu, Konsep keseimbangan berarti meningkatkan kepada para pengusaha muslim agar tindakan-tindakan dalam bisnis dapat membawa orang lain kepada kesejahteraan duniawi serta keselamatan akhirat.

3. Kehendak Bebas

Berdasarkan prinsip ini, manusia dianugrahi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah yang dalam dunia bisnis mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, serta berkreasi untuk mengembangkan potensi bisnis yang ada. Kebebasan merupakan bagian terpenting dalam nilai etika bisnis islam, yang terpenting kebebasan itu tidak akan merugikan kepentingan kolektif. Kebebasan individu dibuka lebar dan tidak ada batasan bagi seseorang untuk aktif berkarya dan bekerja sesuai dengan potensi yang dimilikinya.

⁵²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 149

4. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang sangat mustahil dilakukan jika tidak ada pertanggungjawaban. Kebebasan yang dimiliki manusia dalam menggunakan potensi sumber daya haruslah memiliki batasan tertentu dan tidak digunakan sebeb-bebasnya melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma, dan etika yang harus dipenuhi serta pertanggungjawaban atas semua yang dilakukan. Apabila sumber daya digunakan untuk kegiatan bisnis yang halal maka cara pengelolaannya juga harus benar, adil, dan mendatangkan manfaat yang optimal bagi seluruh masyarakat.

5. Kebenaran

Kebenaran dalam hal ini ialah lawan kata dari kesalahan yang mengandung unsur kebajikan dan kejujuran yang tidak bertentangan dengan ajaran islam. Kebajikan ialah sikap *ikhlas* yang artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain. Sedangkan, kejujuran ialah menunjukkan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya unsur penipuan. Sikap seperti ini dalam khazanah islam disebut amanah.

Dalam dunia bisnis kebenaran yang dimaksud ialah kemurahan hati, motif pelayanan, kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang menjadi prioritas perilaku yang benar. Yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari dan memperoleh komoditas, serta proses usaha pengembangan untuk meraih keuntungan (laba)

2.3 Tinjauan Konseptual

Judul skripsi ini adalah “Persaingan Bisnis Dalam Jual Beli Sepeda Motor di Kota Parepare (Tinjauan Etika Bisnis Islam)”, judul tersebut mengandung unsur–

unsur pokok yang perlu dibatasi pengertiannya agar pembahasan dalam proposal skripsi ini lebih fokus dan lebih spesifik. Di samping itu, tinjauan konseptual memiliki pembatasan makna yang terkait dengan judul tersebut akan memudahkan pemahaman terhadap isi pembahasan serta dapat menghindari dari kesalahpahaman. Oleh karena itu, dibawah ini akan diuraikan tentang pembahasan makna dari judul tersebut.

2.3.1 Bisnis

Apa yang dimaksud dengan bisnis sudah banyak diungkapkan oleh berbagai ahli. Melihat pada asal katanya bisnis berasal dari bahasa Inggris yang berarti ahli: perusahaan, urusan atau usaha. Apabila diterjemahkan dalam bahasa Indonesia, bisnis berarti usaha. Dalam konteks bisnis, usaha mengandung arti kegiatan untuk menambah manfaat dari sesuatu tadi guna dijual serta mendapat keuntungan. Hughes dan Kapoor menyatakan bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

2.3.2 Persaingan

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan

harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga, iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar.

2.3.3 Etika bisnis

Etika berasal dari bahasa Yunani dari kata “*ethos*”, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*), berarti adat-istiadat atau kebiasaan.⁵³ Etika secara terminologis ialah, Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya. Dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai fisufnya dalam berperilaku.

2.3.3 Jual beli

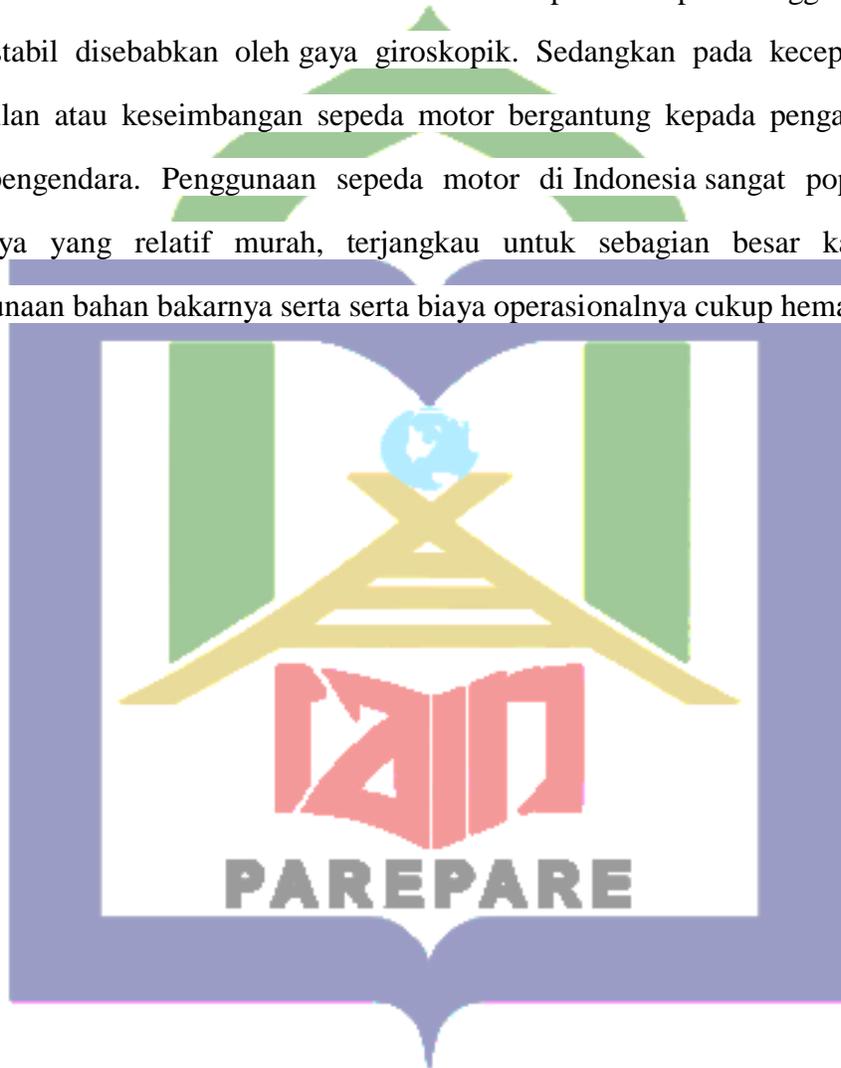
Jual beli terdiri dari dua suku kata yaitu jual dan beli. Sebenarnya kata jual dan beli mempunyai arti yang satu sama lainnya bertolak belakang. Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli. Dengan demikian, perkataan jual beli menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak lain. membeli. Dalam hal ini, terjadilah peristiwa hukum jual beli yang terlihat bahwa dalam perjanjian jual beli terlibat dua pihak yang saling menukar atau melakukan pertukaran.⁵⁴ Jual beli yang dimaksud pada penelitian ini adalah jual beli yang dilakukan oleh agen dan konsumen.

⁵³A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), h. 14.

⁵⁴Suhwardi dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), h. 139.

2.3.4 Sepeda Motor

Sepeda motor adalah kendaraan beroda dua⁵⁵ yang digerakkan oleh sebuah mesin. Letak kedua roda sebaris lurus dan pada kecepatan tinggi sepeda motor tetap stabil disebabkan oleh gaya giroskopik. Sedangkan pada kecepatan rendah, kestabilan atau keseimbangan sepeda motor bergantung kepada pengaturan setang oleh pengendara. Penggunaan sepeda motor di Indonesia sangat populer karena harganya yang relatif murah, terjangkau untuk sebagian besar kalangan dan penggunaan bahan bakarnya serta biaya operasionalnya cukup hemat.⁵⁶

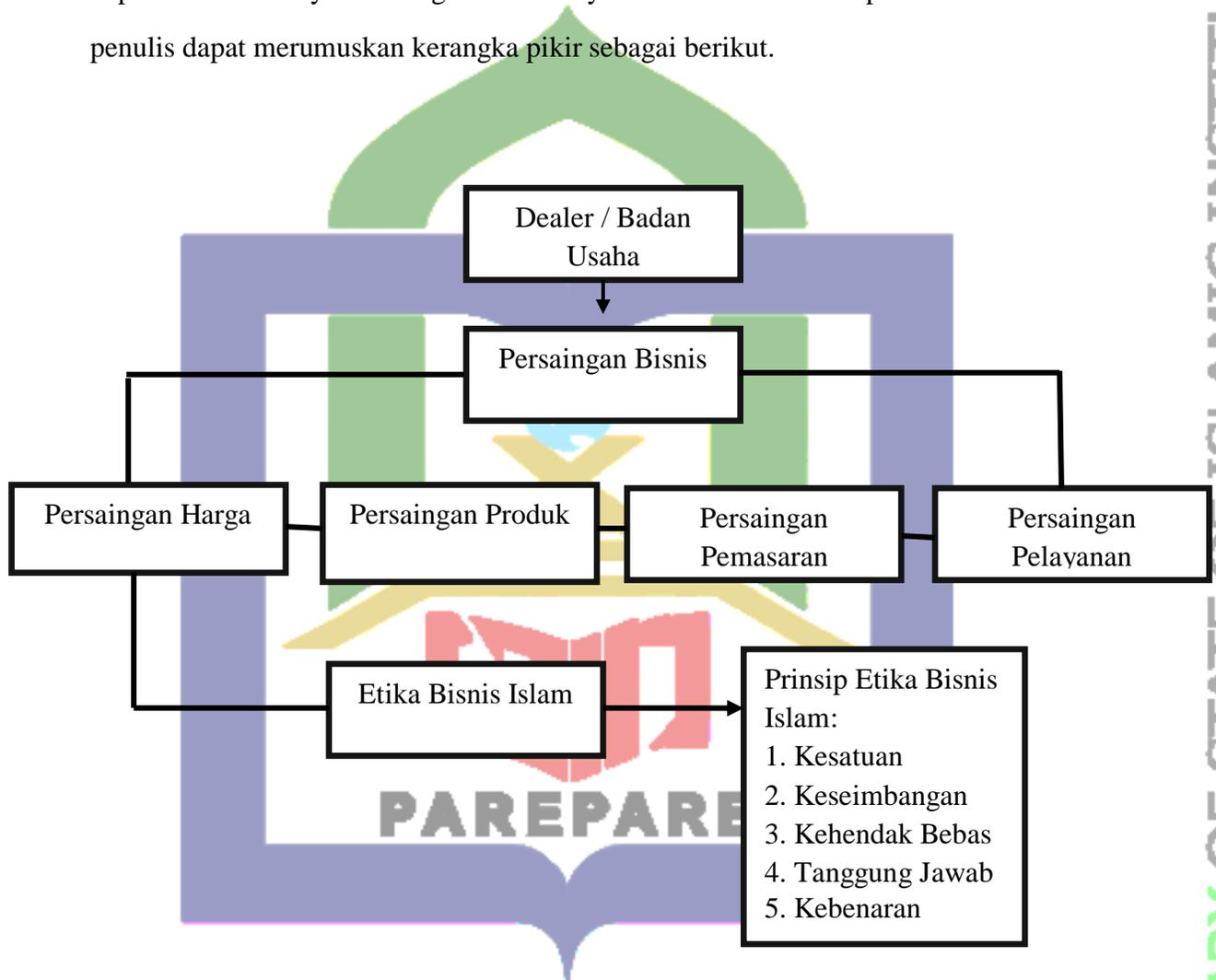


⁵⁵Cossalter, Vittore (2006). *Motorcycle Dynamics*. Lulu. ISBN 978-1-4303-0861-4.

⁵⁶https://id.wikipedia.org/wiki/Sepeda_motor

2.4 Bagan Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini peneliti berusaha semaksimal mungkin untuk membahas dan menemukan permasalahan secara sistematis dengan harapan bahwa kajian ini dapat memenuhi syarat sebagai suatu karya ilmiah. Berdasarkan pembahasan di atas penulis dapat merumuskan kerangka pikir sebagai berikut.



Gambar 1. Bagan kerangka pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dengan merujuk pada permasalahan yang dikaji, penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field reseach*) yaitu penelitian yang dilakukan pada suatu kejadian yang benar-benar terjadi. Berdasarkan masalahnya, penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan apa yang diteliti, melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi.⁵⁷

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Kota Parepare. Pare-Pare merupakan salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang letaknya tidak terlalu jauh dari Ibukota Provinsi Sulawesi Selatan (Makassar). Jaraknya kurang lebih 155 kilometer dari ibukota Provinsi, dengan jarak waktu tempuh berkisar 3 – 4 jam dengan melalui jalur darat.

Pare-Pare di sebelah utara Kota Makassar menempati posisi koordinat 3057'39" – 4004'49" Lintang Selatan dan 119036'24" – 119043'40" Bujur Timur. Titik tersebut menjadikan posisi Pare-Pare sebagai daerah yang strategis berada di bagian tengah Propinsi Sulawesi Selatan yang berbatasan Langsung dengan :

- Sebelah utara dengan Kabupaten Pinrang.
- Sebelah timur dengan Kabupaten Sidrap.

⁵⁷Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Cet. 7; Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 26

- Sebelah selatan dengan Kabupaten Barru dan
- Sebelah barat dengan Selat Makassar.

Keadaan iklim Kota Pare-Pare berdasarkan catatan Stasiun klimatologi dan geofisika, rata-rata temperatur Pare-Pare sekitar 28,5oC dengan suhu minimum 25,7oC dan suhu maksimum 31,6oC. Pare-Pare termasuk dalam iklim C2 yaitu beriklim tropis dengan dua musim yaitu musim hujan dan musim kemarau. Pada bulan Maret sampai Bulan September angin bertiup dari arah timur merupakan bulan kering (musim kemarau) dengan curah hujan kurang dari 100 mm/bulan, curah hujan terendah berlangsung pada bulan Agustus. Sedangkan bulan basah (musim hujan) berlangsung antara pada bulan Oktober sampai bulan februari, angin bertiup dari arah barat dengan curah hujan dari 200 mm/bulan kecepatan angin rata-rata mencapai 10-20 km/jam.

Waktu yang digunakan Pare-Pare adalah WITA (Waktu Indonesia bagian Tengah) tidak berbeda dengan waktu yang digunakan oleh provinsi Sulawesi Selatan, yakni 1 jam lebih cepat dari waktu Ibukota Negara Indonesia (Jakarta) dan 8 jam lebih cepat dari Greenwich Mean Time (GMT) yang berpusat di Inggris.

Luas wilayah Pare-Pare secara tercatat 99,33 km². Secara administratif Pare-Pare terbagi menjadi 3 kecamatan dan 21 kelurahan, dengan perincian sebagai berikut

- 1) Kecamatan Bacukiki terbagi atas 9 Kelurahan, yaitu : Kelurahan Lumpue, Kelurahan Watang Bacukiki, Kelurahan Lemoe, Kelurahan Lompoe, Kelurahan Bumi Harapan, Kelurahan Sumpang Minanggae, Kelurahan Cappa Galung, Kelurahan Matiro Sompe, Kelurahan Kampung Baru.
- 2) Kecamatan Ujung terbagi atas 5 Kelurahan, yaitu : Kelurahan Labukkang, Kelurahan Mallusetasi, Kelurahan Ujung Sabbang, Kelurahan Ujung Bulu, Kelurahan Lapadde.
- 3) Kecamatan Soreang

terbagi atas 7 Kelurahan, yaitu : Kelurahan Kampung Pisang, Kelurahan Lakessi, Kelurahan Ujung Baru, Kelurahan Ujung Lare, Kelurahan Bukit Indah, Kelurahan Watang Soreang, Kelurahan Bukit Harapan.

Dengan luas wilayahnya 99,33 km² dan letak geografisnya sangat strategis dengan menempati posisi silang jalur transportasi darat utara-selatan dan timur-barat bagian tengah Sulawesi Selatan, hingga sekarang pengembangan daerah ini, Pemerintah Kota Pare-Pare menjadikan Pare-Pare sebagai Kota Jasa, Niaga dan Pendidikan.

3.2.2 Waktu penelitian

Dalam hal ini, peneliti akan melakukan penelitian dalam waktu \pm 2 bulan yang dimana kegiatannya meliputi: Persiapan (pengajuan proposal penelitian), pelaksanaan (pengumpulan data), pengolahan data (analisis data), dan penyusunan hasil penelitian.

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis akan berfokus pada tinjauan etika dalam persaingan bisnis jual beli sepeda motor di kota parepare. Yang dimana studi ini membahas tentang Persaingan bisnis jual beli sepeda motor yang dilakukan berdasarkan tinjauan etika bisnis dan prinsip etika bisnis Islam.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah semua keterangan yang diperoleh dari respon dan maupun yang berasal dari dokumen-dokumen, baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian tersebut.⁵⁸

⁵⁸Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Prektek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h. 87.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer (*primary data*) dan data sekunder (*secondary data*).

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden dan informasi melalui wawancara dan observasi langsung dilapangan. Responden adalah orang yang dikategorikan sebagai sampel dalam penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan peneliti.⁵⁹ Data primer yang termasuk dalam penelitian ini yakni, pemilik empang di Mallongi-longi kabupaten Pinrang dan penyewa empang.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung serta melalui media perantara. Dalam hal ini data sekunder yang dimaksud penulis yakni dokumentasi-dokumentasi yang diharapkan sebagai informasi pelengkap dalam penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, pengamatan (*observasi*), wawancara (*interview*), dan dokumentasi. Sesuai dengan sumber data, maka dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara.

3.5.1 Studi kepustakaan

Data sekunder dikumpulkan dengan melakukan studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan untuk menemukan teori, perspektif, serta interpretasi tentang masalah yang akan dikaji⁶⁰, yaitu infrastruktur dan juga manajemen strategi, buku-

⁵⁹Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung, CV. Alfabeta: 2002), h. 34

⁶⁰Anton Bakker dan Achmad Charris Zubair, *Metodologi Penelitian Filsafat* (Yogyakarta: Kanisius, 1989), h. 85.

buku, hasil penelitian, jurnal ilmiah, kamus bahasa Indonesia, dan kamus-kamus keilmuan lainnya seperti kamus istilah ekonomi.

3.5.2 Pengamatan (*observasi*)

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan⁶¹. Dalam observasi diperlukan ingatan terhadap yang dilakukan sebelumnya, namun manusia punya sifat pelupa, untuk mengatasi hal tersebut, maka diperlukan catatan atau alat elektronik, lebih banyak menggunakan pengamat, memusatkan perhatian pada data yang relevan⁶². Data primer pertama-tama dikumpulkan dengan melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian.

3.5.3 Wawancara (*interview*)

Penulis mengadakan wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang pembahasan secara lisan antara narasumber atau responden dengan penulis selaku pewawancara dengan cara tatap muka (*face to face*).

3.5.4 Dokumentasi

Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen yang berfungsi sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam.⁶³

⁶¹Ronni Hanitjo Soemitro, *Metodelogi Penelitian Hukum* (Jakarta:Ghalia Indonesia,1985), h. 62.

⁶²Husaini Usman & Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Cet I; Jakarta, Bumi Aksara, 2008), h. 53.

⁶³Basrowi Suwardi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Indah, 2008), h. 158.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pencandraan (*descriptioni*) dan penyusunan transkrip interview serta material lain yang telah terkumpul. Maksudnya agar peneliti dapat menyempurnakan pemahaman terhadap data tersebut untuk kemudian menyajikannya kepada orang lain lebih jelas tentang apa yang telah ditemukan atau didapatkan dilapangan. Analisis data nantinya akan menarik kesimpulan yang bersifat khusus atau berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan mengeneralisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data yang berindikasi sama dengan fenomena yang bersangkutan.⁶⁴

3.6.1 Reduksi data (*data reduction*)

Membuat rangkuman, memilih hal-hal yang pokok dan penting, mencari tema dan pola, membuang data yang dianggap tidak penting. Reduksi data berlangsung terus-menerus sampai sesudah penelitian lapangan sampai laporan akhir lengkap tersusun.

3.6.2 Penyajian data (*data display*)

Data diarahkan agar terorganisasi, tersusun dalam pola hubungan, dalam uraian naratif, seperti bagan, diagram alur (*flow diagram*), tabel dan lain-lain. Data yang diperoleh baik dari studi kepustakaan (*data sekunder*) maupun dari penelitian lapangan (*data primer*) akan dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan memaparkan penerapan manajemen strategi guna melihat pengaruh perubahan infrastruktur terhadap minat pengunjung.

3.6.3 Penarikan kesimpulan (*conclusion*) atau verifikasi

⁶⁴Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Cet, Ke-2; Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2000), h. 40.

Pengumpulan data pada tahap awal (studi pustaka) menghasilkan kesimpulan sementara yang apabila dilakukan verifikasi (penemuan bukti-bukti atau fakta-fakta yang terjadi di lapangan) dapat menguatkan kesimpulan awal atau menghasilkan kesimpulan yang baru. Kesimpulan-kesimpulan akan ditangani dengan longgar, tetap terbuka, tetapi kesimpulan sudah disediakan, mula-mula belum jelas, meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan pokok. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pemikiran penganalisa selama ia menulis.⁶⁵



⁶⁵H.B Sutopo, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet.I; Surakarta: UNS Press,2002), h. 91-93.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Dealer Motor di Kota Pare-pare

Dealer berasal dari kata kerja yaitu *deal* yang artinya kesepakatan. Kata *dealer* ini biasa digunakan untuk menyebutkan sebuah toko mobil atau motor. Hal ini dapat dipahami bahwa *dealer* adalah suatu tempat untuk membuat kesepakatan antara harga dan barang. *Dealer* dapat disebut sebagai badan usaha atau perusahaan yang menyediakan pelayanan bagi masyarakat umum dengan fasilitas barang berupa motor atau mobil, serta jasa *service*, jasa pencucian, jasa pemodifikasi, dan jasa pelayanan untuk para tamu yang akan menggunakan barang tersebut.

Adapun sepeda motor mulai menjadi kendaraan yang paling diminati oleh masyarakat. Bisa jadi hal itu karena sepeda motor merupakan kendaraan kelas menengah, sepeda motor termasuk kendaraan yang harganya cukup terjangkau oleh masyarakat, apalagi dengan munculnya sepeda motor matic yang semakin memperluas cakupan pengguna sepeda motor, oleh kalangan remaja perempuan dan ibu-ibu, tak heran jumlah pengendara sepeda motor semakin meningkat dari tahun ke tahunnya.

Karena meningkatnya permintaan masyarakat terhadap kendaraan motor itulah menjadi alasan para pengusaha membuka usaha di bidang jual beli sepeda motor. Apalagi saat ini banyak *dealer* motor yang melayani pembelian cash dan kredit, itu salah satu cara pengusaha sepeda motor untuk menarik pelanggan dan juga dapat memudahkan masyarakat-masyarakat kalangan menengah kebawah untuk dapat memiliki kendaraan motor dengan harga yang tidak terlalu mahal.

Karna alasan banyaknya permintaan masyarakat akan kendaraan motor inilah yang membuka peluang pengusaha baru dibidang showroom motor ini. Dengan banyaknya showroom motor ini membuat para pengusaha ini semakin banyak saingan dan membuat pengusaha berfikir bagaimana caranya untuk menarik banyak pembeli agar usahanya dapat terus bertahan dan tidak gulung tikar.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis, perkembangan bisnis dalam jual beli sepeda motor di Kota Parepare sangatlah meningkat pesat. Hal ini memberikan peluang lapangan kerja bagi sebagian besar masyarakat, selain itu juga memunculkan banyak persaingan antara penjual tersebut. Adapun daftar *dealer*, shoowrom sepeda motor yang ada di kota Parepare berdasarkan pengamatan penulis adalah sebagai berikut :

Tabel Pengusaha Sepeda Motor di Kota Parepare:

No	Pengusaha Motor	Alamat
1	Daya Motor Parepare	Jl. Lahalede, Lakessi, Kec. Soreang, Kota Pare-Pare
2	Imran Motor	Ujung Bulu, Kec. Ujung, Kota Pare-Pare
3	Podding Motor	Jl. Lahalede, Lakessi, Kec. Soreang, Kota Pare-Pare
4	Arsyad Motor	Jl H.A. Arsyad, Poros, Bumi Harapan, Kec. Bacukiki Barat

5	YAMAHA Raya Motor	Alamat : JL Veteran No. 25, Mallusetasi, Kec. Ujung
6	Pelita Abadi Motor	JL Bau Masepe No. 192, Mallusetasi, Kec Ujung
7	Toko Raya Motor	JL Andi Makkasau No. 15, Mallusetasi, Kec. Ujung
8	Tata Motors Parepare	JL Lkr Lapadde, Lapadde, Kec. Ujung
9	Setia Jaya Motor	Alamat : JL Bau Masepe, Mallusetasi, Kec Ujung
10	UD. Soreang Motor	JL H.A. Arsyad No. 49, Watang Soreang, Kec. Soreang
11	Aneka Sepeda	JL Lasinrang No. 229, Lakessi, Kec Soreang
12	Aneka Motor	JL Pelita No. 26, Lakessi, Kec Soreang

4.2 Bentuk Persaingan Bisnis Yang Dilakukan Oleh Pengusaha Sepeda Motor Di Kota Pare-Pare

Secara umum, persaingan bisnis adalah persetujuan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan

harga yang baik dengan kualitas barang dan jasa yang baik pula.⁶⁶ Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah.⁶⁷

4.2.1 Produk

Dalam ajaran Islam semua aspek kehidupan manusia diatur dengan sempurna termasuk dibidang ekonomi yang diantaranya adalah produk. Produk merupakan keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat pada konsumen. Dalam dunia perdagangan, persaingan dalam hal barang dagang (produk) adalah hal yang wajar. Produk usaha bisnis yang dipersaingkan harus halal dan harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan.

Para pelaku usaha dalam menyediakan barang dagangan (produk) yang beragam untuk melanggengkan para pembeli. Jika terkadang ada pedagang yang merasa iri dengan pedagang lain yang lebih dipilih pembeli berarti ia tidak menandatangani segala aktivitas bisnisnya kepada Allah Semata. Jika ada pedagang merasa iri dan menjelek-jelekan produk pedagang lain, dengan harapan pembeli berpihak padanya berarti pedagang tersebut tidak menjalankan prinsip etika bisnis Islam terkait untuk menipu. Upaya melakukan penipuan kerap menjadi strategi dan cara bagi pelaku dunia bisnis untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Keyakinan bahwa rezeki semata-mata dari Allah swt, akan menjadi kekuatan dasar bagi seorang pedagang muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam melakukan usaha. Selama melakukan kegiatannya akan senantiasa menandatangani segala sesuatunya hanya kepada Allah swt., semata. Apabila bisnisnya

⁶⁶Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 27.

⁶⁷Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, h. 93-97

mengalami kemenangan dalam persaingan ia akan bersyukur sebaiknya jika sedang mengalami kegagalan dalam bersaing, ia akan bersabar. Pada intinya segala sesuatunya dihadapi dengan sikap yang positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya.

“Mengenai produknya kira-kira semua penjual motor memiliki produk yang sama. Cuman kalau di tempat kami menjual semua jenis sepeda motor mulai dari motor besar sampai matic”⁶⁸

“Kalau mengenai produk, di tempat kami hanya menjual motor bebek dan matic. Kami tidak menjual motor besar karena kami berfokus ke kalangan menengah.”⁶⁹

“Kalau saya yah produknya tidak seberapa, kami tidak menjual semua jenis motor. Produk kami tergantung dari orang yang menjual motornya ke kami baik itu motor matic ataupun motor bebek.”⁷⁰

Berdasarkan hal tersebut penulis melakukan wawancara kepada para pemilik usaha sepeda motor di kota Parepare mengenai produk yang mereka jual guna melihat bagaimana bentuk persaingannya. Produk yang diperdagangkan baik barang dan jasa harus bagus spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing. Hal-hal yang secara umum terkait dengan kualitas produk (*input-process-output*), kualitas bukan hanya ketika produk tersebut telah sampai pada konsumen tetapi ketika produk tersebut akan dijual sehingga kualitas mencakup mulai dari *input*, *proses*, serta *output* dari produk

⁶⁸Wawancara dengan Imran, Pemilik Usaha Bisnis Imran Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

⁶⁹Wawancara dengan Arsyad, Pemilik Usaha Bisnis Arsyad Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

⁷⁰Wawancara dengan Syarifuddin, Pemilik Usaha Bisnis Podding Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

tersebut.⁷¹ Berdasarkan wawancara yang diperoleh oleh penulis adalah sebagai berikut:

“Kalau dari segi kualitas kami menjamin bahwa kualitas yang kami berikan sesuai dengan harga yang kami tentukan. Jadi tidak mungkin kalau misalnya harganya mahal, tapi kualitasnya jauh dibawah standar.”⁷²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut penulis melihat bahwa kualitas produk sangat diperhatikan oleh pemilik usaha. Hal ini juga sesuai dengan hasil wawancara yang diperoleh dari penjual sepeda motor lainnya:

“Dari segi kualitas produk, ditempatkan bukan hanya ketiga produk itu sudah sampai di masyarakat. jadi dimulai ketika produk itu masih di tempat kemudian prosesnya hingga produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Karena bagi kami menjamin kualitas suatu produk adalah hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap usaha kami nantinya.”⁷³

Berdasarkan wawancara tersebut penulis mendapatkan bahwa kualitas sebuah produk sangat diperhatikan oleh pemilik usaha tersebut. Karena kualitas suatu produk merupakan hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap usaha mereka.

4.2.2 Harga

Pada umumnya ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Setiap penentuan harga dapat menjadi faktor penentu tersendiri, karena pada dasarnya harga murah menjadi daya tarik dari pembeli. Harga biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu barang. Persaingan terkait harga yang terjadi pada usaha jual beli

⁷¹Suwanto, *Manajemen Pemasaran Syariah (Buku 1)* (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015), h. 78

⁷²Wawancara dengan Imran, Pemilik Usaha Bisnis Imran Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

⁷³Wawancara dengan Arsyad, Pemilik Usaha Bisnis Arsyad Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

sepeda motor di kota Parepare adalah hal yang wajar terjadi, Hal ini dikarenakan faktor biaya produksi yang ada dan juga factor strategi yang dimiliki masing-masing pengusaha. Hal ini sebagaimana yang di dapatkan penulis dari hasil wawancara penulis terhadap pemilik usaha sepeda motor di kota Parepare:

“Harga yang kita tawarkan sesuai dengan modal awal yang kita keluarkan, kami hanya menambahkan harganya sedikit dari harga aslinya untuk mendapatkan keuntungan. Saya rasa itu sudah sesuai untuk di tawarkan ke konsumen.”⁷⁴

Berdasarkan wawancara tersebut penulis mendapatkan bahwa dalam bertransaksi, Para pemilik usaha sepeda motor tersebut memiliki pemahaman yang baik mengenai persaingan dari segi harga yang mereka gunakan berdasarkan Sebesar apa pengeluaran mereka terhadap modalnya serta Seperti apa sasaran pasar mereka. Hal yang sama juga diungkapkan oleh pemilik usaha sepeda motor lainnya yang ada di kota Parepare ketika melakukan wawancara oleh penulis :

“Kalau mengenai harga yah kita sesuaikan saja dengan modalnya. Tapi saya rasa mengenai harga hampir sama semua, karna kalau di jual lebih mahal otomatis konsumen tidak akan datang untuk yang kedua kalinya. Kalau di jual terlalu murah juga nantinya kita akan rugi. Jadi intinya harganya kita sesuaikan saja dari modal awalnya.”⁷⁵

Dari wawancara yang dilakukan oleh penulis dapat dilihat bahwa persaingan yang mereka lakukan adalah jenis persaingan yang sehat termasuk dalam hal penentuan harga. Mereka memahami bahwa Dalam persaingan bisnis tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt., dalam (Q.S An-Nisa/04:29):

⁷⁴Wawancara dengan Arsyad, Pemilik Usaha Bisnis Arsyad Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

⁷⁵Wawancara dengan Imran, Pemilik Usaha Bisnis Imran Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu.⁷⁶

Berdasarkan ayat tersebut serta bagaimana implementasinya terhadap para pemilik usaha sepeda motor di kota Parepare Penulis mengambil kesimpulan bahwa para pengusaha menjalankan persaingan bisnis yang sehat dari segi harga.

4.2.3 Tempat

Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti barang yang dianggap sakti untuk menarik pengunjung. Tempat untuk melakukan kegiatan menjadi hal yang penting bagi para pemilik usaha sepeda motor di kota Parepare. Para pemilik usaha sepeda motor di kota Parepare mencari tempat yang strategis yang dapat dijangkau oleh para pembeli. Meskipun pada kenyataannya mereka memerlukan tempat yang strategis untuk melancarkan usahanya, namun mereka melakukan persaingan yang sehat. Hal ini sebagaimana yang telah penulis temukan dengan mewawancarai beberapa pemilik usaha sepeda motor di kota Parepare:

⁷⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 83

“Pemilihan tempatnya memang harus bagus, apalagi harus memperhatikan banyak hal. Jadi bukan hanya lokasi atau tempat nongkrong yang diperlukan. Akan tetapi, tempat parker juga diperlukan agar lebih memaksimalkan dalam memilih sehingga pelanggan dapat merasa nyaman”⁷⁷

“Dalam memilih lokasi memang harus yang strategis dan menarik minat pembeli. Contohnya di sini, karena lokasinya yang strategis, jadi banyak yang mendirikan usaha. Tetapi walaupun banyak yang berada di tempat yang sama kita harus percaya kalua rezeki itu sudah ada yang mengatur.”⁷⁸

Persaingan terkait tempat pada Para pemilik usaha sepeda motor tidak terjadi, Karena pada dasarnya mereka mengatakan bahwa rezeki sudah ada yang mengatur. Sebagai seorang muslim kita harus menyadari bahwa Bisnis yang dilakukan adalah sebagai upaya dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang kita peroleh merupakan karunia yang telah ditetapkan oleh Allah. Setiap jiwa sudah ditentukan rezekinya masing-masing. Jadi pada dasarnya tidak akan tertukar dan tidak mungkin lari kemana-mana. Jika hal tersebut bukan rezeki, Sekuat apapun kita mengusahakannya, kita tidak akan mendapatkannya. Begitupun sebaliknya jika memang sudah menjadi rezeki kita, maka akan datang dengan sendirinya. Manusia hanya bertugas berikhtiar menjemput rezeki dengan sebaik-baiknya. Melakukan usaha tanpa harus melanggar norma yang ada serta Jangan pernah takut akan kekurangan rezeki atau kehilangan rezeki hanya karena anggapan bahwa diambil oleh pihak lain. Hal ini sebagaimana firman Allah swt. Dalam (Q.S Al-Mulk/67:15):

⁷⁷Wawancara dengan Syarifuddin, Pemilik Usaha Bisnis Podding Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

⁷⁸Wawancara dengan Arsyad, Pemilik Usaha Bisnis Arsyad Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ
وَالِيهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Terjemahnya

Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.⁷⁹

4.2.4 Pelayanan

Pelayanan harus diberikan dengan ramah. Tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat. Konsep islam mengajarkan dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Pedagang yang memberikan pelayanan prima, sesuai dengan syariat Islam tanpa menimbulkan maksiat akan menarik pembeli, yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan yang baik dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus pada pembeli sebagai ucapan rasa terima kasih. Sebaliknya pedagang yang memberikan pelayanan kepada pembeli secara cuma-cuma tidak menempatkan pembeli sebagai raja, dan menganggap sebaliknya, yaitu pembeli yang membutuhkan pedagang maka pedagang yang seperti ini akan sepi dengan pembeli.

“Kalau saya seperti ini saya jadikan diri saya sebagai konsumen. Apa yang konsumen saya sukai dan apa yang tidak mereka sukai. Misalnya, pelayanan lama sementara pembeli tidak seberapa kan tidak wajar. Beda kalau memang ramai kan wajar. Intinya saya memposisikan diri saya sebagai konsumen, agar saya dapat tau apa yang benar-benar diinginkan oleh konsumen.”⁸⁰

⁷⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 563

⁸⁰Wawancara dengan Imran, Pemilik Usaha Bisnis Imran Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

“Tentu harus ramah, karena intinya diawal itu penjual harus ramah sama pembeli. Kalau tidak ramah, bisa jadi pembeli tidak akan kembali. Karena tanggapan dari pembeli mengenai tempat kita sangat penting bagi saya.”⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat melihat bahwa pada usaha bisnis sepeda motor di kota Parepare, pelayanan yang diberikan kepada pembeli mayoritas sudah baik, terbukti dengan pelayanan yang diberikan kepada pembeli. Dari hasil pengamatan meskipun pelayanan yang diberikan berbeda, akan tetapi mereka berusaha memberikan yang terbaik. Hal ini dikarenakan, ketika memberikan pelayanan yang terbaik maka pembeli akan banyak, karena jika ada pembeli yang dilayani dengan baik dan ikhlas maka pembeli akan puas. Sebaliknya, jika ada penjual yang melayani pembelinya dengan tidak baik, misalnya bermuka cemberut, berkata kasar, maka pembeli enggan untuk bertransaksi dengan penjual tersebut. Hal serupa juga diperoleh oleh penulis ketika melakukan wawancara dengan pemilik bisnis sepeda motor lainnya:

”Pelayanannya ya harus baik, Harus senyum jangan cemberut. Bahkan kalau ada masalah pun harus tetap senyum, Karena kalau kita sudah tidak ramah pasti pelanggan tidak akan datang untuk kedua kalinya.”⁸²

Berdasarkan hal tersebut, penulis melihat bahwa pelayanan pada pembeli sangat diperlukan bagi penjual karena pembeli adalah partner atau bahkan raja yang harus dilayani dengan sebaik-baiknya. Hal ini dikarenakan transaksi pembelian adalah dimana penjual dapat menjaring pembeli yang sebanyak-banyaknya, sehingga

⁸¹Wawancara dengan Arsyad, Pemilik Usaha Bisnis Arsyad Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

⁸²Wawancara dengan Syarifuddin, Pemilik Usaha Bisnis Podding Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

menaruh kepercayaan pada banyak pembeli untuk membeli. Hal ini berdasarkan firman Allah swt., dalam Al-Qur'an (Q.S. Ali-imran/03: 159):

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنَّفَضُوا مِن حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Terjemahnya

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu.⁸³

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa jika muslim bersikap keras, tidak peduli terhadap sesame (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesame merupakan suatu anjuran wajib bagi Mukmin.⁸⁴ Para pemilik usaha sepeda motor di kota Parepare melakukan pelayanan yang baik sesuai dengan ajaran Islam yaitu dengan memberikan pelayanan dengan menggunakan cara semestinya seperti tidak menggunakan barang-barang yang dilarang Islam dan cara yang dilarang oleh Islam.

⁸³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 71

⁸⁴Muhammad, *Metodologi Penelitian Pemikiran Islam* (Yogyakarta: EKONOSIA, 2004), h. 90.

4.3 Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pemilik Usaha Sepeda Motor di Kota Parepare

Persaingan sering dikonotasikan negative karena dianggap mementingkan kepentingan sendiri. Walaupun pada kenyataannya seorang manusia, Apakah ada kapasitasnya sebagai individual walaupun anggota suatu organisasi, secara ekonomi tetap akan berusaha mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Alfred Marshal, seorang ekonomi terkemuka sampai mengusulkan agar istilah persaingan diganti dengan istilah “*economic freedom*” (kebebasan ekonomi) dalam menggambarkan atau mendukung tujuan positif dari proses persaingan. Oleh sebab itu pengertian kompetisi atau persaingan usaha dalam pengertian yang positif dan independen sebagai jawaban terhadap upaya dalam segi keuntungan untuk menarik pembeli agar mencapai untung.⁸⁵

Para pemilik usaha sepeda motor di kota Parepare melakukan pelayanan yang baik sesuai dengan ajaran Islam yaitu dengan memberikan pelayanan dengan menggunakan cara semestinya seperti tidak menggunakan barang-barang yang dilarang oleh Islam dan cara yang dilarang oleh Islam.

Islam membolehkan berbagai cara untuk menarik pembeli asal cara tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Kegiatan bisnis maupun penjualan dapat dianalogikan sebagai kegiatan yang bernilai ibadah, apabila dalam kegiatannya diniatkan sebagai upaya untuk mencari Ridha dari Allah swt., serta menjunjung tinggi nilai-nilai religious.

⁸⁵Ningrum Natasya Sirait, *Hukum Persaingan di Indonesia* (Medan: Pustaka Bangsa Press, 2004), h. 1.

Dalam persaingan bisnis penerapan etika bisnis dapat menjadi panduan yang tepat. Berbagai prinsip yang telah ditetapkan dalam etika bisnis juga harus diterapkan dalam persaingan. Baik itu persaingan terkait harga, empat, barang dagang/produk serta pelayanan. Prinsip-prinsip yang harus ditetapkan adalah sebagai berikut:

4.3.1 Prinsip Tauhid (Kesatuan/Unity)

Prinsip ini merupakan prinsip pokok dari karena sesuatu karena didalamnya terkandung perpaduan keseluruhan aspek aspek kehidupan manusia baik dalam bidang ekonomi, politik, social dan lain sebagainya menjadi satu.⁸⁶

Para pemilik usaha sepeda motor di kota Parepare mengartikan prinsip ketauhidan sebagai semua yang dilakukan dalam melakukan usaha adalah di jalankan karena Allah swt., semata. Setiap transaksi penjualan yang dilakukan pemilik usaha sepeda motor di kota Parepare semata-mata karena Allah swt. Seperti salah satu wawancara dengan Para pemilik usaha sepeda motor:

“kalau masalah untung, kami tidak terlalu mengejar. Walaupun untung yang sedikit asal pengunjungnya tetap bertahan maka akan berjalan lancar juga bisnis. Masalah mau untung maupun rugi itu semua kita serahkan kepada allah swt.”⁸⁷

Hal ini sejalan dengan firman Allah swt dalam Al-Qur'an (Q.S At Taubah/09:105):

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

⁸⁶Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press 2009), h. 133.

⁸⁷Wawancara dengan Imran, Pemilik Usaha Bisnis Imran Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

Terjemahnya

Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."⁸⁸

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa Allah mengetahui segala hal yang dikerjakan oleh umatnya. Pendorong persaingan bisnis pada bisnis sepeda motor di kota Parepare yang sejalan dengan prinsip ketauhidan adalah ancaman pendatang baru. Para pengusaha tidak menghalangi masuknya pengusaha baru, karena para pengusaha mengetahui bahwa hal tersebut dilarang oleh Allah swt.

4.3.2 Prinsip Keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Keseimbangan dalam transaksi misalnya, adalah transaksi yang setara, adil dan seimbang.⁸⁹

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, diperoleh bahwa para pemilik bisnis sepeda motor di kota Parepare mengartikan Prinsip keseimbangan adalah mengembangkan segala bentuk kegiatan bisnisnya, misalnya adalah seimbang ketika menentukan harga, tidak mengambil banyak sekali keuntungan tetapi menyesuaikan kepada modal produksi, sehingga yang dibayar oleh pembeli sesuai dengan yang diperolehnya. Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan salah satu pemilik usaha sepeda motor:

⁸⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, h. 203

⁸⁹Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta:UPP AMP YKPN, 2002), h. 55.

“Walaupun produk yang dijual setiap penjual motor hampir sama, seperti halnya semua setiap penjual motor pasti memiliki motor dengan merek dan model yang sama. Hal yang paling penting kita pahami adalah bahwa Rezeki itu sudah ada yang mengatur.”⁹⁰

Selain itu, perwujudan keseimbangan misalnya, menjaga hubungan baik dengan pengusaha lain dan warga yang ada dengan tidak menimbulkan pertikaian ataupun perkelahian.

4.3.3 Prinsip Kehendak Bebas

Konsep Islam memahami bahwa kegiatan perdagangan dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku apabila terjadi persaingan bebas dapat terjadi secara efektif dan tidak ada intervensi dari pihak manapun. Para pemilik bisnis sepeda motor di kota Parepare mengertikan kehendak bebas adalah persaingan bebas, dan tidak ada intervensi antar pedagang.

“Di sekitar wilayah ini saja sudah ada 3 tempat yang memiliki usaha yang sama termasuk saya. Intinya sejauh yang saya perhatikan sampai saat ini tidak ada diantara kami yang menjatuhkan satu sama lainnya. Masing-masing berfokus pada usahanya sendiri. Walaupun tempat usaha kami berdekatan dengan memiliki produk yang sama”⁹¹

Berdasarkan wawancara tersebut, penulis melihat bahwa dalam kehendak bebas, setiap usaha tidak berusaha untuk menghancurkan usaha yang lainnya. Masing-masing hanya berfokus pada usaha yang dimiliki.

⁹⁰Wawancara dengan Syarifuddin, Pemilik Usaha Bisnis Podding Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

⁹¹Wawancara dengan Arsyad, Pemilik Usaha Bisnis Arsyad Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

4.3.4 Prinsip Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Untuk memenuhi segala bentuk kesatuan dan juga keadilan, Maka manusia harus bertanggung jawab atas semua perilaku yang telah diperbuatnya. Dan dalam dunia bisnis semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktivitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dihendaki tercapai, sepatu ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pengusaha lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika diberikan saksi, memproduksi, menjual barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain-lain.

Para pemilik usaha sepeda motor mengartikan prinsip pertanggungjawaban adalah Para pemilik dapat mempertanggung jawabkan segala aktivitasnya, mulai dari produk dan transaksi-transaksi lainnya dalam kegiatan sehari-hari.

“Harga yang ditawarkan setiap produk tentunya sesuai dengan kualitas yang ada. Jadi contohnya motor matic pasti harganya lebih murah dari motor bebek dikarenakan biaya produksinya yang lebih murah. Jangan sampai harganya di patok tinggi kemudian kualitasnya tidak sesuai, dan hal ini pasti mempengaruhi pembeli.”⁹²

Melalui salah satu wawancara dengan pemilik usaha Sepeda Motor tersebut, dapat diketahui bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh para pemilik usaha bisnis Sepeda Motor di Kota Parepare.

4.3.5 Prinsip Kebenaran

Kebenaran dalam hal ini ialah lawan kata dari kesalahan yang mengandung unsur kebajikan dan kejujuran yang tidak bertentangan dengan ajaran islam.

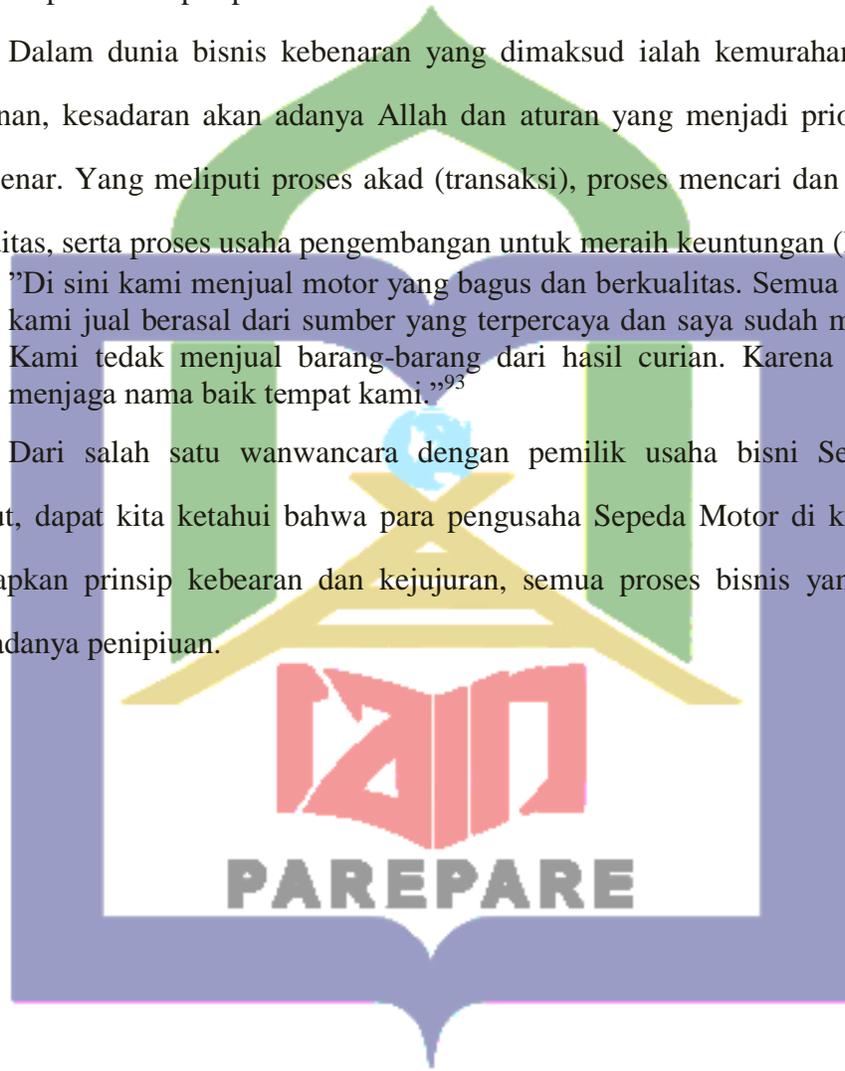
⁹²Wawancara dengan Imran, Pemilik Usaha Bisnis Imran Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

Kebajikan ialah sikap *ikhsan* yang artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain. Sedangkan, kejujuran ialah menunjukkan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya unsur penipuan. Sikap seperti ini dalam khazanah islam disebut amanah.

Dalam dunia bisnis kebenaran yang dimaksud ialah kemurahan hati, motif pelayanan, kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang menjadi prioritas perilaku yang benar. Yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari dan memperoleh komoditas, serta proses usaha pengembangan untuk meraih keuntungan (laba).

”Di sini kami menjual motor yang bagus dan berkualitas. Semua produk yang kami jual berasal dari sumber yang terpercaya dan saya sudah menjamin itu. Kami tidak menjual barang-barang dari hasil curian. Karena kami sangat menjaga nama baik tempat kami.”⁹³

Dari salah satu wawancara dengan pemilik usaha bisni Sepeda Motor tersebut, dapat kita ketahui bahwa para pengusaha Sepeda Motor di kota Parepare menerapkan prinsip kebearan dan kejujuran, semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan.



⁹³Wawancara dengan Imran, Pemilik Usaha Bisnis Imran Motor, Pada tanggal 14 Februari 2020.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Persaingan mengenai produk para pemilik bisnis sepeda motor di kota Parepare dalam melakukan usahanya, mereka memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki. Persaingan terkait harga yang terjadi pada pemilik bisnis sepeda motor di kota Parepare adalah hal yang wajar terjadi, akan tetapi penentuan harga mereka tergantung biaya produksinya dan sasaran penjualannya.

Tempat untuk melakukan kegiatan penjualan menjadi hal yang penting bagi para pemilik bisnis sepeda motor di kota Parepare. Persaingan terkait tempat pada Para pemilik bisnis sepeda motor di kota Parepare tidak terjadi, Karena pada dasarnya mereka mengatakan bahwa rezeki sudah ada yang mengatur. Pelayanan yang diberikan oleh pemilik bisnis sepeda motor di kota Parepare kepada para pembeli mayoritas sudah baik, terbukti dengan pelayanan yang diberikan kepada pembeli. Dari hasil pengamatan meskipun pelayanan yang diberikan berbeda akan tetapi mereka berusaha memberikan yang terbaik.

5.1.2 Persaingan yang terjadi pada pemilik bisnis sepeda motor di kota Parepare sudah sesuai dengan Etika Bisnis Islam yang ada hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam Etika Bisnis Islam yang telah diterapkan. Adapun hal tersebut berdasarkan prinsip-prinsip dalam Etika Bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggungjawaban, dalam prinsip kebenaran.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan pada pemilik bisnis usaha sepeda motor di kota Parepare adalah sebagai berikut:

5.2.1 Bagi para pemilik bisnis sepeda motor di kota Parepare diharapkan dalam menjalankan bisnisnya dapat menjalankan sesuai dengan syariat Islam yaitu tidak bertentangan dengan Islam, Selain itu dalam persaingan bisnisnya, diharapkan para pengusaha dapat bersaing dengan sehat.

5.2.2 Untuk untuk penulis sendiri, Semoga skripsi yang penulis tulis ini dapat menjadikan Khazanah keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait ekonomi Islam.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Ru'fah. 2011. *Fikih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Abdullah, Ma'ruf. 2011. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Achmad, Andi. 2018. "Analisis Hukum Islam Terhadap Fee Makelar Jual Beli Motor Bekas Di Desa Klangonan Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik". Skripsi. Jurusan Hukum Perdata Islam: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Adiwarman, dan A. Karim 2014. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ahmad, Musataq. 2003. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Al-Fauzan, Saleh. 2005. *Mulakhasul Fiqhiyah*, Abdul Khayyi Al-Kahani, Terj. "Fiqh Sehari-hari". Jakarta: Gema Insani Pers, Cet. Ke-1.
- Alma, Buchari. 2014. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Quran Terjemahan. 2015. Departemen Agama RI. Bandung: CV Darus Sunnah.
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press. Cetakan 1.
- Aziz, Abdul, dan Muhammad Azzam. 2010. *Fiqh Muamalat*. Jakarta.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, Saifuddin. 2000. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka pelajar. Ke-2.
- Az-Zuhaili, Wahbah. 2007. *Fiqh Islam wa Adillatuhu*. Abdul Hayyie alKattani, dkk, terj. Fiqh Islam. Depok: Gema Insani.
- Badan Pusat Statistik Kota Pare-Pare, *Pare-Pare Dalam Angka Tahun 2008*.
- Badroen, Faisal., et al. 2007. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, Cet Ke-2.
- Bakker, Anton dan Achmad Charris Zubair. 1989. *Metodologi Penelitian Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius.
- H.Veithzal, Riyai, H. Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa. 2012. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksars.
- Imam, Taqiyyudin, Aby Bakrin., dan Muhammad Al Husaain. 2008. *Kifayatul Akhyar*. Juzz II, Bandung: CV. Alma'arif, t.th.
- Kadir, A. 2010. *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.

- Khofifah, Lili Faradhotul. 2008. “*Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Motor Bekas (Studi Kasus Jual Beli Motor Bekas Dengan Cacat Tersembunyi Di Showroom Anugrah Jaya Pakis, Pati)*”. Skripsi. Fakultas Syariah : IAIN Walisongo.
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Madalika, Selia. 2017. “*Persaingan Usaha Showroom Motor Bekas Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Jalan Dempo Raya Bengkulu)*”. Skripsi. Jurusan Ekonomi Islam: IAIN Bengkulu.
- Mardalis. 2004. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara. Cet Ke-7
- Maribun, B.N. 2003. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Muhammad. 2004. *Metodologi Penelitian Pemikiran Islam*. Yogyakarta: EKONOSIA.
- Muhammad. 2012. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mujahidin, Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nasution, Mustafa Edwin. 2010. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Pasaribu, Chairuman dan Suhrawardi K. Lubis. 1996. *Hukum Perjanjian dalam Islam*. Jakarta.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2012. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers. Cet Ke-4
- Rivai, Veithzal. 2012. *Islamic Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sabiq, Sayyid. 2006. *Fiqh Sunnah*, Nur Hasanuddin, Terj. “*Fiqh Sunnah*”. Jilid 4. Jakarta: Pena Pundi Aksara, Cet. Ke-1.
- Saman, Muhammad. 2010. “*Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Islam)*”. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sirait, Ningrum Natasya. 2004. *Hukum Persaingan di Indonesia*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Soemitro, Ronni Hanitijo, 1985. *Metodelogi Penelitian Hukum*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Sonny, Keraf, A. 1998. *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Subagyo, Joko. 2004. *Metode Penelitian dalam Teori dan Prektek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sudarsono. 2001. *Pokok-Pokok Hukum Islam*. Jakarta: Rineka Cipta, Cet. Ke-2..
- Sugiyono, 2002. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. 2010. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Suhwardi, dan Farid Wajdi. 2012. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sutopo, H.B. 2002. *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press. Cet.I.
- Suwardi, Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif* . Jakarta: Rineka Indah.
- Swasta, Basu. dan Ibnu Sujojto. W,. 2002. *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta.
- Taufik, M. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Undang-undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- Usman, Husaini & Purnomo Setiadi Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara, Cet ke-I.
- Yusanto, Ismail, & M.Karebet Widjayakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Yusanto, Muhammad Ismail. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.

Internet

https://id.wikipedia.org/wiki/Sepeda_motor. 28 Desember 2019

RIWAYAT HIDUP



Algifari Rahmat, lahir di Parepare pada tanggal 03 Juni 1997. Anak Pertama dari empat bersaudara dari pasangan Ayahanda Baharuddin dan Ibunda Mihdar Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis beralamat di BTN Bukit Pare Permai Blok E2 no.11, RT 002/RW 008, Kelurahan Lapadde Kecamatan Ujung Kota Parepare Provinsi Sulawesi Selatan.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2009 lulus dari SDN 55 Parepare. Kemudian melanjutkan ke Pondok Pesantren Hj. Haniah Maros dan lulus pada tahun 2012. Lanjut ke SMA Negeri 1 Parepare, dan lulus pada tahun 2015. Setelah itu, penulis kuliah di IAIN Parepare jurusan Syariah dan Ilmu Hukum, Program Studi Muamalah. Pada semester akhir yaitu 2020, penulis telah menyelesaikan skripsinya yang berjudul **“Persaingan Bisnis dalam Jual Beli Sepeda Motor di Kota Parepare (Tinjauan Etika Bisnis Islam)”**.