

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN
USAHA KAYU DI AWERANGE KAB. BARRU**



Oleh

AYUDIAH RESKI UTAMI
NIM. 13.2200.081

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN
USAHA KAYU DI AWERANGE KAB. BARRU**



Oleh

AYUDIAH RESKI UTAMI

NIM. 13.2200.081

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

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE
2018**

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN
USAHA KAYU DI AWERANGE KAB. BARRU**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat upntuk mencapai
Gelar Sarjana Hukum**

**Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)**

Disusun dan diajukan oleh

**AYUDIAH RESKI UTAMI
NIM 13.2200.081**

Kepada

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Ayudiah Reski Utami
Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Persaingan Usaha Kayu di Awerange Kab. Barru
NIM : 13.2200.081
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Dasar Penetapan Pembimbing : Sti.08/PP.00.01/11/2016

Tanggal Persetujuan : 16 Agustus 2018

Disetujui Oleh

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

NIP : 19730129 200501 1 004

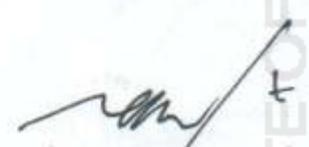
Pembimbing Pendamping : Aris, S.Ag., M.HI

NIP : 19761231 200901 1 046

Mengetahui:
Ketua Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam




Budiman, M.HI
NIP: 19730627 200312 1 004


(.....)

(.....)

SKRIPSI

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN
USAHA KAYU DI AWERANGE KAB. BARRU**

Disusun dan diajukan oleh

AYUDIAH RESKI UTAMI
NIM 13.2200.081

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah

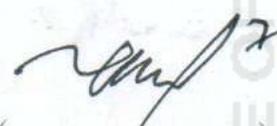
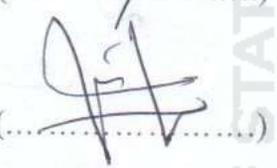
Pada tanggal 07 Agustus 2018 dan

Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

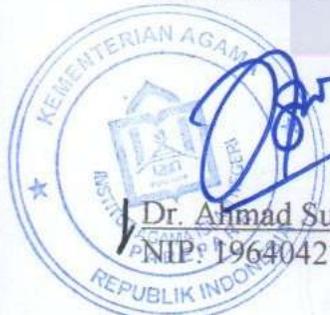
Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag
NIP : 19730129 200501 1 004
Pembimbing Pendamping : Aris, S.Ag., M.HI
NIP : 19761231 200901 1 046

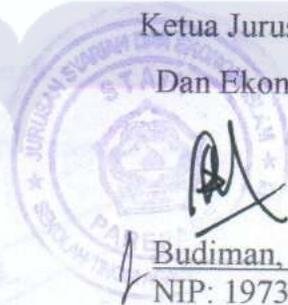

(.....)

(.....)

Rektor IAIN Parepare 

Ketua Jurusan Syariah
Dan Ekonomi Islam



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



Budiman, M.HI
NIP: 19730627 200312 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Kayu di Awerange Kab. Barru

Nama Mahasiswa : Ayudiah Reski Utami

Nomor Induk Mahasiswa : 13.2200.081

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua IAIN Parepare
Sti. 08/PP.00.01/11/2016

Tanggal Kelulusan : 07 Agustus 2018

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Muhammad Kamal Zubair,
M.Ag.

(Ketua)

(.....)

Aris, S.Ag., M.HI.

(Sekertaris)

(.....)

Rusnaena, M.Ag.

(Anggota)

(.....)

Dr. H. Abd. Rahman Ambo Masse,
M.Ag.

(Anggota)

(.....)

Mengetahui,

Rektor IAIN Parepare



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

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah swt., yang telah mengajarkan kepada manusia apa yang belum diketahuinya dan memberikan hidayah dan rahmatnya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan untuk memperoleh gelar “Sarjana Hukum Ekonomi Syariah pada Jurusan Syariah” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua penulis. Ayahanda H. Mursalim dan Ibunda Hj. Asriani tercinta atas pembinaan, nasehat dan berkah doa tulusnya sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag dan bapak Aris, S.Ag., M.HI selaku pembimbing I dan pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan bapak yang telah diberikan selama dalam penulisan skripsi ini, penulis ucapkan banyak-banyak terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si, selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare
2. Bapak Budiman, M.HI, selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa
3. Bapak dan ibu dosen pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.

4. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
5. Para staf yang ada di IAIN Parepare yang telah membantu dan melayani penulis dengan baik dalam pengurusan berbagai hal.
6. Para sahabat yang setia menemani dan menyemangati dalam suka duka pembuatan skripsi ini, Fithriah, Nurul Amalia, Nurwahidah, Syafruddin semoga kita bisa sukses bersama kedepannya nanti.
7. Semua teman-teman penulis senasib dan seperjuangan Prodi Hukum Ekonomi Syariah yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang memberi warna tersendiri pada alur kehidupan penulisan selama studi di IAIN Parepare.

Penulis mengucapkan pula banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Semoga Allah swt., berkenaan menilai segalanya sebagai amal jariah.

Akhirnya penulis menyampaikan bahwa kiranya pembaca berkenaan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 14 Agustus 2018

Penulis



AYUDIAH RESKI UTAMI

NIM. 13.2200.081

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayudiah Reski Utami
Tempat/Tgl.Lahir : Ujunge/ 31 Agustus 1994
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi 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 seluruhnya, maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 14 Agustus 2018

Penulis,


AYUDIAH RESKI UTAMI

NIM. 13.2200.081

ABSTRAK

Ayudiah Reski Utami. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Kayu di Awerange Kab. Barru(dibimbing oleh Muhammad Kamal Zubairdan Aris).

Keberadaan para pengusaha kayu di Awerange Kab. Barru, memberikan dampak positif termasuk dalam hal ini terbukanya lapangan pekerjaan dan juga telah memberikan harapan baru bagi pelaku usaha lainnya yang juga ikut membuka usaha kayu. Namun lahirnya peluang ini, tidak secara serta merta melahirkan hal yang positif. Persaingan antara pengusahapun tidak dapat dihindari. Persaingan antara pengusaha dalam bentuknya bukan hanya persaingan yang sehat, tetapi terkadang melenceng dari yang seharusnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persaingan bisnis dalam bentuk produk, harga, tempat dan pelayanan oleh pengusaha kayu di Awerange Kab. Barru. Serta penerapan etika bisnis Islam pada pengusaha kayu di Awerange Kab. Barru. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis data kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya persaingan dalam bentuk produk, harga, tempat dan pelayanan. Persaingan mengenai produk para pengusaha kayu di Awerange dalam melakukan usahanya, mereka memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki. Persaingan terkait harga yang terjadi pada pengusaha kayu di Awerange adalah hal yang wajar terjadi, akan tetapi penentuan harga mereka tergantung pada kualitas kayu yang ada karena kayu yang mereka tawarkan berbeda dan biaya produksinya pun berbeda. Persaingan terkait tempat pada para pengusaha kayu tidak terjadi, karena ada dasarnya mereka mengatakan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Pada usaha penjualan kayu di Awerange, pelayanan yang diberikan kepada pembeli mayoritas sudah baik, terbukti dengan pelayanan yang diberikan kepada pembeli. Persaingan bisnis yang terjadi pada pengusaha kayu di Awerange sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang ada.

Kata Kunci: Persaingan Bisnis : Usaha Kayu, Awerange Kab. Barru, dan Etika Bisnis Islam.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Tinjauan Teoritis.....	6
2.2.1 Teori Efektifitas.....	6
2.2.2 Bank.....	24
2.3 Tinjauan Konseptual.....	33
2.4 Kerangka Pikir.....	36

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.3 Fokus Penelitian.	38
3.4 Jenis dan Sumber Data yang digunakan.	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.	39
3.6 Teknik Analisis Data.	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Selayang Pandang	42
4.2 PersainganBisnisdalamBentukProduk, TempatdanPelayananolehPengusahaKayu diAwerangeKab. Barru. .	Harga, 46
4.3 PenerapanEtikaBisnis Islam padaPengusahaKayu di AwerangeKab. Barru.....	57
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.	66
DAFTAR PUSTAKA.	68
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

NO	JUDUL LAMPIRAN
1	Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Narasumber
2	Surat Keterangan Wawancara
3	Surat Izin Melakukan Penelitian Dari STAIN Parepare
4	Surat Izin Penelitian Dari Pemerintah
5	Surat Keterangan Penelitian
6	Dokumentasi Skripsi
7	Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dewasa ini, perkembangan perekonomian dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan dan teknologi. Manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya lebih cenderung mengarah kepada kebutuhan yang beraneka ragam. Untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas, manusia menjalin hubungan dengan cara melakukan kerjasama dengan orang lain yaitu melakukan penawaran dan permintaan (*supply and demand*) untuk mengantisipasi globalisasi ekonomi dan menguatkan kekuatan agar dapat bersaing.

Selama ini banyak orang yang memahami bisnis yang tujuan utamanya adalah untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyak. Hal ini tidak heran jika pada kenyataannya saat ini banyak pelaku bisnis yang jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis. Ajaran Islam mengajarkan setiap individu maupun kelompok, disatu sisi diberikan kebebasan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, namun disisi lain ia terikat dengan iman dan etika sehingga ia tidak bebas mutlak dalam berbisnis atau menjalankan hartanya. Sebab itu, masyarakat Islam tidak bebas tanpa kendali dalam melakukan berbagai kegiatan ekonomi, tapi ia selalu terikat dengan norma-norma agama yang disebut dengan etika atau akhlak.¹

¹Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 82.

Seorang muslim haruslah berperilaku sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini berarti moral (akhlak) Islam menjadi pegangan pokok dari para pelaku ekonomi yang menjadi penduan mereka dalam melakukan kegiatan. Jika hal ini dapat terwujud maka dapat dikatakan bahwa moral berperan sebagai pilar (penegak) dari perwujudan ekonomi Islam. Moral menempati posisi penting dalam ajaran Islam, sebab terbentuknya pribadi yang memiliki moral baik (*akhlaqul karimah*) merupakan tujuan puncak dari seluruh ajaran Islam.²

Pada saat sekarang ini, masih banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan usahanya. Selain itu, persaingan menjadikan para pedagang atau pengusaha terkadang mengabaikan etika bisnis yang harusnya diterapkan dalam menjalankan usahanya. Persaingan yang dikatakan sempurna adalah apabila sesuai dengan kesepakatan pasar atau kesepakatan bersama antara pelaku usaha. Semua hal tersebut telah diatur dalam Islam, bahwa tidak merugikan salah satu pihak. Persaingan harga haruslah ditentukan dengan kesepakatan bersama yang tentunya tidak merugikan pedagang lain, pembeli, dan komponen lainnya.³

Di Indonesia, keinginan dan kesungguhan Negara untuk menciptakan iklim usaha yang sehat telah diupayakan diantaranya dengan membuat suatu produk perundang-undangan tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, yakni UU No. 5 Tahun 1999 yang mulai diberlakukan sejak tanggal 5 September 2000. Undang-Undang ini merupakan hasil dari proses reformasi ekonomi dan politik yang diharapkan mampu menciptakan persaingan usaha yang sehat.

² P3EI (Munrokhim Misanam, Priyonggo Suseno dan M. Bhekti Hendrieanto), *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 56.

³ Agus Siswanto, " Tips Ekonomi Syariah Persaingan Usaha," *Blog Agus Siswanto*. <http://profesionalmuda.blogspot.com/2010/2/tips-ekonomi-syariah-pesaingan-usaha.html> (29 Maret 2017)

Keberadaan para pengusaha kayu di Awerange Kab. Barru, memberikan dampak positif termasuk dalam hal ini terbukanya lapangan pekerjaan dan juga telah memberikan harapan baru bagi pelaku usaha lainnya yang juga ikut membuka usaha kayu. Namun lahirnya peluang ini, tidak secara serta merta melahirkan hal yang positif. Persaingan antara pengusaha pun tidak dapat dihindari. Persaingan antara pengusaha dalam bentuknya bukan hanya persaingan yang sehat, tetapi terkadang melenceng dari yang seharusnya.

Berdasarkan hal tersebut, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian terhadap usaha kayu di Awerange Kab. Barru dengan memperhatikan penerapan etika bisnis Islam oleh para pengusaha. Selain itu, untuk menelaah lebih dalam persaingan antara pengusaha yang satu dan lainnya. Oleh karena itu, penulis akan mengkaji dan mengangkat permasalahan tersebut dalam skripsi yang berjudul “ **Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Kayu di Awerange Kab. Barru**”

1.2 Rumusan Masalah

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

- 1.2.1 Bagaimana persaingan bisnis dalam bentuk produk, harga, tempat, dan pelayanan oleh pengusaha kayu di Awerange Kab. Barru?
- 1.2.2 Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada pengusaha kayu di Awerange Kab. Barru?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam kegiatan penelitian ini antara lain, yaitu:

- 1.3.1 Untuk mengetahui persaingan bisnis dalam bentuk produk, harga, tempat, dan pelayanan oleh pengusaha kayu di Awerange Kab. Barru.
- 1.3.2 Untuk mengetahui penerepan etika bisnis Islam pada pengusaha kayu di Awerange Kab. Barru.

1.4 Kegunaan Penelitian

- 1.4.1 Kegunaan Teoritis, bagi akademisi penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan pemikiran dalam bidang etika bisnis Islam dan persaingan usaha.
- 1.4.2 Kegunaan praktis, bagi masyarakat khususnya masyarakat yang berperan sebagai pelaku bisnis agar lebih memahami mengenai etika bisnis Islam dan persaingan usaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, bukanlah skripsi yang pertama kali mengenai persaingan usaha dan etika bisnis Islam. Adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan persaingan usaha dan etika bisnis Islam, diantaranya:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Novita Sa'adatul Hidayah pada tahun 2015 dengan judul "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana persaingan bisnis para pedagang pasar Ganefo dalam tinjauan etika bisnis Islam yang dimana persaingan dalam hal ini terkait dengan tempat, harga, produk, dan pelayanan. Hasil dari penelitian ini adalah aktivitas-aktivitas persaingan yang terjadi di pasar Ganefo sesuai dengan etika bisnis Islam, tidak menyimpang dari ajaran Islam, namun masih ada beberapa aktivitas-aktivitas dari pedagang yang menyimpang dari ajaran Islam.⁴ Persamaan antara penelitian ini dan yang akan dilakukan oleh penulis adalah keduanya membahas mengenai etika bisnis Islam yang diterapkan dalam persaingan bisnis. Sedangkan perbedaan antara keduanya adalah pada objek penelitiannya. Pada penelitian sebelumnya yang menjadi objeknya adalah pedagang pada pasar ganefo sedangkan yang akan dilakukan penulis adalah pada usaha kayu di Awerange, Kab. Barru.

⁴Novita Sa'adatul Hidayah, *Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*(Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Islam: Semarang, 2015), h. vii.

Kedua, penelitian oleh Muhammad Saman dengan judul “Persaingan Industri PT. Pancatana Centralindo (Perspektif Etika Bisnis dalam Islam)”. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa etika atau perilaku yang ditanamkan PT. Pancatana Centralindo terhadap karyawan tidak sepenuhnya dilaksanakan, ini masih terbukti masih ada karyawan yang menjual harga barang berbeda dengan harga yang telah diberlakukan oleh pemilik perusahaan.⁵ Persamaan antara kedua penelitian ini adalah dalam hal penerapan etika bisnis Islam. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dan yang akan dilakukan adalah pada fokus penelitian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Hasil antara penelitian yang satu dengan yang lain tidak sama. Hal ini disebabkan karena ada faktor yang tidak sama antara penelitian yang satu dengan yang lainnya. Pada penelitian yang pertama berfokus pada pedagang di Pasar Ganefo sedangkan pada penelitian yang kedua berfokus pada penerapan etika bisnis di PT. Pancatana Centralindo. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti lebih berfokus pada persaingan usaha kayu yang ada di Awerange Kab. Barru, dengan melihat bagaimana bentuk persaingan usaha serta penerapan etika bisnis Islam.

2.2 Tinjauan Teoretis

2.2.1 Teori Etika Bisnis

2.2.1.1 Pengertian Etika Bisnis

2.2.1.1.1 Pengertian Etika

Pada dasarnya etika (nilai-nilai dasar) dalam bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis (dalam hal ini pedagang) untuk memecahkan problem-problem (moral) dalam

⁵Muhammad Saman, *Persaingan Industri PT. Pancatana Centralindo (Perspektif Etika Bisnis dalam Islam)*(Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah dan Hukum: Jakarta, 2010), h. v.

praktek bisnis mereka. Oleh karena itu, dalam rangka mengembangkan sistem ekonomi Islam khususnya dalam upaya revitalisasi perdagangan Islam sebagai jawaban bagi kegagalan sistem ekonomibaik kapitalisme maupun sosialisme, maka menggali nilai-nilai dasar Islam tentang aturan perdagangan (bisnis) dari al-Qur'an maupun as-Sunnah, merupakan suatu hal yang niscaya untuk dilakukan.

Etika atau yang biasa disebut dengan etik yang berasal dari bahasa latin “*ethica*”. Dalam bahasa Yunani, kata *ethos* berarti norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah, ukuran-ukuran bagi tingkah laku yang baik.⁶Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan.⁷

Secara etimologi, etika identik dengan moral, karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata mos (dalam bentuk tunggal) dan mores (dalam bentuk jamak) dalam bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup. Dalam bahasa Indonesia, moral diterjemahkan dengan susila, yaitu perilaku yang sesuai dengan pandangan umum, yang baik dan wajar, yang meliputi satuan social dan lingkungan tertentu.⁸

Etika merupakan pedoman moral bagi suatu tindakan manusia dan menjadi sumber pemikiran baik dan buruk tindakan itu. Agama merupakan kepercayaan akan sesuatu kekuatan supranatural yang mengatur dan mengendalikan kehidupan manusia.

⁶P Simorangkir, *Etika: Bisnis, Jabatan, dan Perbankan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h. 82.

⁷Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Cet.I, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h.20.

⁸Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), h.204.

Etika merupakan ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat.⁹

2.2.1.1.2 Pengertian Bisnis

Bisnis mengandung arti suatu dagang, usaha komersil di dunia perdagangan di bidang usaha. Dalam pengertian yang lebih luas, bisnis diartikan sebagai semua aktifitas produksi perdagangan barang dan jasa. Bisnis merupakan sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, 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 perorangan misalnya industri rumah tangga, usaha perusahaan besar seperti PT, CV, maupun badan hukum koperasi dan usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu Negara.¹⁰

Bisnis dapat didefinisikan 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, sedang jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.¹¹ Pada ilmu ekonomi, bisnis merupakan suatu aktivitas yang

⁹Hanie Kurniawati, "Literatur Review: Pentingkah Etika Bisnis Bagi Perusahaan?". www.academia.edu/10025610/JURNAL_ETIKA_BISNIS (26 November 2017)

¹⁰Murti Sumarni dan John Shuprihanto, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Liberty, 1995), h. 21.

¹¹Faizal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 5.

sepanjang waktu mempengaruhi kehidupan orang lain. Bisnis menghasilkan sebagian besar barang dan jasa yang dikonsumsi oleh setiap orang.¹²

Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Brown dan Petrello, bisnis yaitu suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Secara ringkas dapat dinyatakan bahwa bisnis suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan orang lain atau dalam masyarakat.

Selanjutnya, dalam hal bisnis terdapat dua pengertian pokok mengenai bisnis: (1) bisnis merupakan kegiatan-kegiatan; dan (2) bisnis merupakan sebuah perusahaan. Para ahli pun mendefinisikan bisnis dengan cara berbeda. Definisi Raymond E. Glos seperti yang dikutip Husein Umar, dianggap memiliki cakupan yang paling luas, yakni:¹³ bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.”

Menurut Buchari Alma, bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.¹⁴

¹²Irma Nilasari dan Sri Wiludjeng, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 1.

¹³Husein Umar, *Business an Introduction* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 3.

¹⁴Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: alfabeta, 2012), h. 21.

Menurut Ismail Solihin dalam bukunya “Pengantar Bisnis Pengenalan Praktis dan Studi kasus”, yang mengutip pendapat Steinhoff bahwa bisnis merupakan aktivitas yang menyediakan barang dan jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen.¹⁵

Bisnis dan perdagangan merupakan aktivitas yang tidak hanya berujung pada kalkulasi untung dan rugi, kepakaran manajemen dalam menghandelnya, tetapi juga menjadi aktivitas yang mulia. Kemuliaan aktivitas bisnis tidak saja disebabkan aspek hukum dan moral agama yang turut menyertainya, tetapi juga pelaku bisnis yang selalu mengedepankan kaidah bisnis yang baik dan benar sesuai tuntunan Rasulullah dapat dipandang sebagai mujahid, pahlawan devisa yang menghidupkan anak istri dan keluarga serta turut partisipasi dalam pembangunan sosial keagamaan.

Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau rezeki dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien.

Etika sebagai perangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dari apa yang salah, sedangkan bisnis adalah suatu serangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis, maka etika diperlukan dalam bisnis. Dengan demikian dapat dipahami bahwa, etika bisnis adalah norma-norma atau kaidah etik yang dianut oleh bisnis, baik sebagai institusi atau organisasi, maupun dalam interaksi bisnisnya dengan *stakeholder*-nya. Etika bisnis merupakan aplikasi pemahaman kita tentang apa yang baik dan benar untuk beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas dan usaha yang kita sebut bisnis. Selain itu etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik,

¹⁵Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis Pengenalan Praktis dan Studi Kasus* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 3.

buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas, dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.¹⁶

Tidak sedikit orang yang beranggapan adanya keharusan etika dalam bisnis. Jika bisnis tersebut tidak menerapkan etika maka umur atau keberlangsungan bisnis tersebut tidak akan bertahan lama. Mungkin memang pada awalnya kita akan mendapat keuntungan yang sebesar-besarnya, tapi cobalah lihat dimasa yang akan datang. Akan terjadi perubahan secara berangsur-angsur, omset akan menurun dan bisa jadi jika tetap tidak menerapkan etika bisnis tersebut akan gulung tikar atau mengalami kebangkrutan.

Berdasarkan penjelasan di atas etika bisnis dapat diartikan sebagai telaah, penyelidikan atau pengkajian sistematis tentang tingkah laku seseorang atau dalam kelompok dan dalam transaksi bisnis guna mewujudkan kehidupan yang lebih baik atau etika bisnis yaitu dalam pengetahuan tentang cara bisnis dengan memperhatikan tingkah laku yaitu kebenaran atau kejujuran dalam berusaha (berbisnis). Kebenaran dalam etika adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan diakui prinsip-prinsipnya baik oleh individu, masyarakat atau dalam kelompok.

Bisnis Islami adalah upaya pengembangan modal untuk kebutuhan hidup yang dilakukan dengan mengindahkan etika Islam. Selain menetapkan etika, Islam juga mendorong umat manusia untuk mengembangkan bisnis.¹⁷ Bisnis Islam juga dapat diartikan sebagai serangkaian aktifitas bisnis (produksi, distribusi, maupun konsumsi) dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang dan jasa) termasuk keuntungannya, tetapi dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya, kita mengenalnya dengan istilah halal dan haram.

¹⁶Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 15

¹⁷Bambang Subandi, *Bisnis Sebagai Strategi Islam* (Surabaya: Paramedia, 2000), h. 65.

Bisnis Islam (bisnis dalam Islam) 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-Quran dan al-Hadis).¹⁸

Alasan utama perlunya etika bisnis adalah sebagai berikut:

1. Dalam suatu organisasi termasuk dalam organisasi bisnis, pasti memerlukan orang-orang yang berlaku jujur, adil dan objektif, tidak korupsi, tidak fitnah, tidak provokasi, tidak ghibah, tidak khianat dan yang menghindari sifat tercela lainnya.
2. Dalam semua bisnis setiap keuntungan yang dicapai adalah hasil mitra dengan masyarakat lainnya. Karena itu masyarakat mempunyai hak mendapatkan kebaikan dari perusahaan. Bukankah perusahaan hanya menyediakan produk, dan tidak akan pernah ada keuntungan tanpa adanya permintaan masyarakat. kebaikan masyarakatlah yang mendorong permintaan dan membawa keuntungan buat perusahaan. Dengan kata lain tanpa *demand supply* bukan apa-apa bagi perusahaan, atas jasa masyarakat seperti inilah maka perusahaan menyiapkan kebaikan bagi masyarakat.
3. Keberadaan bisnis tidak hanya menguntungkan perusahaan, melainkan pula masyarakat, karena keduanya saling membutuhkan.¹⁹

Konsep al-Qur'an tentang bisnis sangat komprehensif. Parameter yang dipakai tidak hanya masalah dunia saja tetapi juga akhirat. Penjelasan yang dimaksud al-

¹⁸Hasan Edy, *Aplikasi Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 7.

¹⁹Hasan Edy, *Aplikasi Etika Bisnis Islam*, h. 8.

Qur'an tentang bisnis yang benar-benar sukses (baik) adalah bisnis yang membawa keuntungan pada pelakunnya dalam dua fase kehidupan manusia yang fana dan terbatas (yakni dunia) dan yang abadi serta tak terbatas yaitu akhirat.²⁰

Islam memberikan kebebasan untuk berikatan dalam transaksi keuangan dan transaksi dan bisnis disertai sejumlah larangan, etika dan norma. Dalam Islam istilah yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika di dalam al-Quran adalah *Al-Khuluq*. *Al-Khuluq* dari kata dasar *khaluqa-khuluqan* yang berarti tabiat, budi pekerti, kebiasaan, kesatriaan, dan keprawiraan. Bisnis dalam Islam memposisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah swt.

Nilai kepribadian seseorang akan tercermin dari tingkah lakunya sehari-hari termasuk pula dalam dunia bisnis. Jika seseorang menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang berlimpah dapat dipastikan dalam kehidupannya sehari-hari pun dia selalu melakukan berbagai cara demi mendapatkan kepuasan duniawi saja. Padahal Allah swt., sudah memerintahkan kepada seluruh umat manusia agar tidak mengikuti langkah-langkah syaitan yakni dengan cara melakukan segala sesuatu dengan cara yang tidak baik tidak pula halal.²¹

Etika bisnis dalam Islam memposisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah swt. Bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, Negara dan Allah swt.

²⁰Mustaq Ahmad, *Business Ethics in Islamic* (Pustaka, Al-kausar, 2001), h. 49.

²¹M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah vol. 13* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 360

2.2.1.2 Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Etika dalam bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama yaitu al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Dua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada, yang membimbing, mengarahkan semua perilaku individu atau kelompok dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau aktivitas umat Islam. Maka etika bisnis dalam Islam menyangkut norma dan tujuan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan atau institusi masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam.²²

Dalam berbisnis, Islam memberikan pedoman berupa norma-norma atau etika untuk menjalankan bisnis agar pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki rasa *responsibility* yang tinggi. Maka dengan adanya norma-norma atau etika spritual yang tinggi, iman dan akhlak yang mulia, merupakan kekayaan yang tidak habis dan sebagai pusaka yang tidak akan pernah sirna.²³

Banyak ayat al-Qur'an yang berbicara tentang hukum dan etika bahkan dalam hukum-hukum Islam unsur etikanya sangat jelas. Dalam hal ini al-Qur'an telah memberikan petunjuk tentang hubungan antara para pelaku bisnis. Hal itu dianjurkan agar menumbuhkan itikat baik dalam transaksi demi terjalinnya hubungan yang harmonis dan tanpa harus ada saling mencurigai antara pelaku.

Sistem etika Islam merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pandangan hidup Islami. Maka sistem ini bersifat sempurna. Dalam kaidah perilaku individu

²²Latifa M. Al- Graoud dan Mervyn K. Lewis, *Perbankan Syari'ah* (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2001), h. 36

²³Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 63.

terdapat suatu keadilan atau keseimbangan. Sebagaimana Allah swt., berfirman dalam Q.S. al-Baqarah/2: 143

شَهِيدًا عَلَيْكُمْ الرَّسُولُ وَيَكُونُ النَّاسُ عَلَى شُهَدَاءَ لَتَكُونُوا أَوْسَطًا أُمَّةً جَعَلْنَاكُمْ وَكَذَلِكَ

Terjemahnya:

Dan demikian (pula) kami Telah menjadikan kamu (umat Islam), umat yang adil dan pilihan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu.²⁴

Etika Islam dalam bisnis tidak hanya melihat sisi komoditas yang ditawarkan, tetapi juga menyangkut konsumen, produsen, dan transaksi. Fiqih Islam sebagai salah satu rujukan etika Islam dikemukakan pula hukum masing-masing dengan batasan yang jelas. Sifat-sifat komoditi yang halal dan memberikan manfaat yang jelas merupakan syarat bagi bisnis yang etis. Demikian pula, transaksi yang tidak jelas arahnya dan tidak dipahami oleh masing-masing pihak dinilai sebagai transaksi bisnis yang tidak etis.²⁵

Pekerjaan berdagang atau jual beli adalah sebagian dari pekerjaan bisnis kebanyakan masyarakat kita. Apabila berdagang seseorang selalu ingin mencari laba besar. Jika ini menjadi tujuan usahanya, maka sering kali mereka menghalalkan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam hal ini sering terjadi perbuatan negatif yang akhirnya menjadi kebiasaan. Anggapan masyarakat, pekerjaan dagang dilakukan penuh dengan penipuan dan ketidakjujuran.²⁶ Al-Qur'an mengisyaratkan bahwa pelaku bisnis cenderung tarik menarik untuk memperoleh keuntungan sebanyak mungkin di pihaknya. Karena itu, dalam konteks ini, sebagaimana Allah swt., berfirman dalam Q.S. al-Baqarah/2:188, yang berbunyi :

²⁴Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 27.

²⁵Bambang Subandi, *Bisnis Sebagai Strategi Islam*, h. 231

²⁶Buchari Alma, *Ajaran Islam dalam Bisnis* (Bandung: Al-Fabeta, 1998), h. 2.

النَّاسِ أَمْوَالٍ مِّنْ فَرِيقًا تَأْكُلُ أَمْوَالِ الْيَتَامَىٰ بِهَا وَتُدْءُوا بِأَبْغَابٍ وَإِنِ اسْتَفْزَعُوا فَرِيقًا تَأْكُلُ أَمْوَالَهُمْ طَرَفًا مِّمَّا كَانَتْ إِتْرَافًا يَّوْمَ الْمَوْتِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْسِدُونَ

تَعْلَمُونَ وَأَنْتُمْ بِالْآيَاتِ

Terjemahnya:

Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu Mengetahui.²⁷

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang memerintahkan untuk saling berlaku adil, sebagaimana Allah swt., berfirman dalam Q.S. An-Nisaa/4: 58.

إِنِّ بِالْعَدْلِ تَحْكُمُونَ أَن النَّاسِ بَيْنَ حَكْمَتُمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنِ تَتَوَدُّوْنَ أَن يَأْمُرَكُمْ اللَّهُ أَنْ

بَصِيرًا سَمِيعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ بِهِ يَعِظُكُمْ نِعْمًا اللَّهُ

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.²⁸

Dalam ayat lain, Allah juga menganjurkan untuk berlaku adil. Keadilan itu sendiri adalah fondasi kokoh yang memasuki semua aspek ajaran berupa aqidah, syariah, dan akhlak (moral). Sebagaimana Allah swt., berfirman dalam Q.S. an-Nahl/16: 90.

²⁷Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 36.

²⁸Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 113.

بِنِّي وَالْمُنْكَرِ الْفَحْشَاءِ عَنِ الْقُرْبَىٰ ذِي وَإِيْتَايَ وَإِلَّا حَسَنٍ بِالْعَدْلِ يَا مَرْءَ اللَّهِ إِنَّ ﴿١٠﴾ تَذَكَّرُونَ لَعَلَّكُمْ يَعِظُكُمْ وَال

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.²⁹

Kenyataan ini menunjukkan bahwa masalah keadilan berkaitan secara timbal balik dengan kegiatan bisnis. Khususnya bisnis yang baik dan etis. Disatu pihak terwujudnya keadilan dalam masyarakat akan melahirkan kondisi yang baik dan kondusif bagi kelangsungan bisnis yang baik dan sehat. Etis dan baik, akan mewujudkan keadilan dalam masyarakat. Sebaliknya ketidakadilan yang merajalela akan menimbulkan gejala sosial yang meresahkan para pelaku bisnis. Tidak mengherankan bahwa hingga sekarang keadilan selalu menjadi salah satu topik penting dalam etika bisnis, khususnya dalam etika bisnis Islam.³⁰ Hukum syara' mewajibkan keadilan dilakukan di manapun berada dan dalam keadaan (kondisi) apapun.³¹

2.2.1.3 Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. Pertama, etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. Kedua, etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis,

²⁹Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 377.

³⁰Sony Keraf, *Etika Tuntutan dan Relevansinya* (Jakarta:Kannisius, 1999), h. 138.

³¹Zainul Aifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta: Bhratara Karya Aksarw, 2002), h. 100.

terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis. Ketiga, etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai eika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu al-Qur'an dan Sunnah.³²

2.2.1.4 Konsep Etika Bisnis Islam

Secara umum ajaran Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu. Dalam Islam terdapat nilai-nilai dasar etika bisnis, diantaranya adalah tauhid, khilafah, ibadah, tazkiyah dan ihsan. Dari nilai dasar ini dapat diangkat ke prinsip umum tentang keadilan, kejujuran, keterbukaan (*transparansi*), kebersamaan, kebebasan, tanggung jawab dan akuntabilitas.

Bisnis harus berlaku etis demi kepentingan bisnis itu sendiri. Banyak semboyan baru yang mempropagandakan pentingnya menerapkan etika dalam berbisnis, seperti *ethics pay* (etika membawa untung), *good business is ethical business*, dan sebagainya. Bahkan telah diusahakan untuk menunjukkan secara empiris bahwa perusahaan yang mempunyai standar etis yang tinggi tergolong juga perusahaan yang sukses. Kendati tidak ada jaminan mutlak, pada umumnya perusahaan yang etis adalah perusahaan yang mencapai sukses juga.³³

³²Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 76

³³Fauzzan dan Ida Nuryana, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis terhadap Kepuasan Pelanggan". <http://www.jurnal-doc.com/jurnal/kumpulan-jurnal-etika-bisnis-pdf/> (20 November 2017)

Islam sangat menekankan nilai etika dalam kehidupan manusia. Sebagai satu jalan, pada dasarnya Islam merupakan kode perilaku etika dan moral bagi kehidupan manusia. Islam memandang etika sebagai satu bagian dari sistem kepercayaan muslim (iman). Hal tersebut memberikan satu otoritas internal yang kokoh untuk memberikan sanksi dan memberikan dorongan dalam melaksanakan standar- standar etika. Konsep etika dalam Islam bukan relatif, namun prinsipnya bersifat abadi dan mutlak.³⁴

Adapun konsep Etika Bisnis Islam adalah sebagai berikut:

2.2.1.4.1 Konsep Ke- Tuhanan

Dalam dunia bisnis Islam hal ini merupakan yang harus dikaitkan keberadaannya dalam setiap aktifitas bisnis. Manusia diwajibkan melaksanakan tugasnya terhadap Tuhannya, baik dalam bidang ibadah maupun muamalah. Dalam bidang bisnis, ajaran Tuhan meletakkan konsep dasar halal dan haram yang berkenaan dengan transaksi. Semua hal yang menyangkut dan berhubungan dengan harta benda hendaknya dilihat dan dihukumi dengan dua kriteria halal atau haram.

2.2.1.4.2 Pandangan Islam terhadap Harta

Pemilik mutlak terhadap segala sesuatu yang ada di muka bumi ini, termasuk harta benda adalah Allah swt. Manusia hanya sebagai pemegang amanah karena tidak mampu mengadakan benda dari tiada. Harta sebagai perhiasan hidup yang memungkinkan manusia bias menikmatinya dengan baik dan tidak berlebih-

³⁴Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam* (Yogyakarta: Ak Group, 2005), h. 33.

lebih. Manusia memiliki kecenderungan untuk memiliki, menguasai, dan menikmati harta.³⁵

Islam tidak memandang harta dan kekayaan sebagai penghalang untuk mencari derajat yang tertinggi dan taqarrub kepada Allah. Al-Qur'an di berbagai ayatnya menegaskan bahwa ke kayaan dan kehidupan nyaman sebagian besar merupakan karunia dari Allah swt., bagi hamba-hamba-Nya yang beriman dan bertaqwa sebagai balasan atas amal shaleh dan upaya mereka yang disyukuri Allah. Al-Qur'an menjelaskan bahwa pembelanjaan harta benda harus dilakukan dalam kebaikan atau jalan Allah swt., dan tidak pada sesuatu yang dapat membinasakan diri. Harus menyempurnakan takaran dan timbangan dengan neraca yang benar. Dijelaskan juga bahwa ciri-ciri orang yang mendapat kemuliaan dalam pandangan Allah adalah mereka yang membelanjakan harta bendanya tidak secara berlebihan dan tidak pula kikir.

2.2.1.4.3 Konsep Benar

Benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin, bahkan ciripara nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga. Oleh karena itu salah satu karakter pedagang yang terpenting dan diridhai oleh Allahswt., ialah kebenaran. Perilaku yang benar mengandung kerja yang baik, sangat dihargai dan dianggap sebagai suatu investasi bisnis yang benar-benar menguntungkan. Karena hal itu akan menjamin adanya kedamaian di dunia dan juga kesuksesan di akhirat.³⁶

³⁵Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari teori ke praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.9.

³⁶Mustaq Ahmad, *Business Ethics in Islamic* (Jakarta: PustakaAl-kausar,2001), h. 42.

2.2.1.4.4 Amanat

Dalam menjalankan roda bisnisnya, setiap pebisnis harus bertanggung jawab atas usaha yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab disini, artinya mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memang secara otomatis terbebani dipundaknya. Kewajiban dan tanggung jawab para pebisnis antara lain: menyediakan barang dan atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta kegunaan dan manfaat yang memadai.³⁷

Menurut Islam, kehidupan manusia dan semua potensinya merupakan suatu amanat yang diberikan oleh Allah swt., kepada manusia. Islam mengarahkan para pemeluknya untuk menyadari amanat ini dalam setiap langkah kehidupan. Persoalan bisnis juga merupakan amanat antara masyarakat dengan individu dan Allah. Semua sumber bisnis hendaknya diperlakukan sebagai amanat ilahiah oleh pelaku bisnis. Sehingga ia akan menggunakan sumber daya bisnisnya dengan sangat efisien.

Dalam transaksi jual beli, sifat amanat sangat diperlukan karena dengan amanat, maka semua akan berjalan dengan lancar. Dengan sifat amanat, para penjual dan pembeli akan memiliki sifat tidak saling mencurigai bahkan tidak khawatir walau barangnya di tangan orang lain. Memulai bisnis biasanya atas dasar kepercayaan. Oleh karena itu, amanah adalah komponen penting dalam transaksi jual beli. Sebagaimana Allah swt., berfirman dalam Q.S. An- Nisaa'/4:58.

أَلَمْ نَكُنْ نَدُودًا لِّمَا كُفِّرُوا بِنِجْمِهِمْ أَلَمْ نَكُنْ نَدُودًا لِّمَا كُفِّرُوا بِنِجْمِهِمْ أَلَمْ نَكُنْ نَدُودًا لِّمَا كُفِّرُوا بِنِجْمِهِمْ

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya.³⁸

³⁷Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press, 2009). h. 156.

³⁸Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 113.

2.2.1.4.5 Jujur

Sifat jujur merupakan sifat Rasulullah saw yang patut ditiru. Rasulullah saw dalam berbisnis selalu mengedepankan sifat jujur. Kejujuran adalah suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan bisnis yang baik dan berjangka panjang. Kejujuran termasuk prasyarat keadilan dalam hubungan kerja dan terkait erat dengan kepercayaan. Kepercayaan sendiri merupakan asset yang sangat berharga dalam urusan bisnis.³⁹

Islam memerintahkan semua transaksi bisnis dilakukan dengan cara jujur dan terus terang. Untuk itu Allah swt., menjanjikan kebahagiaan bagi orang awam yang melakukan bisnis dengan cara jujur dan terus terang. Keharusan untuk melakukan transaksi bisnis secara jujur, tidak akan memberikan koridor dan ruang penipuan, kebohongan dan eksploitasi dalam segala bentuknya. Perintah ini mengharuskan setiap pelaku bisnis untuk secara ketat berlaku adil dan lurus dalam semua transaksi bisnisnya.⁴⁰ Sebagaimana Allah swt., berfirman dalam Q.S. Al- Muthaffifiin/83:1-6.

حَسْرُونَ وَزُنُوهُمْ أَوْ كَالْوَهْمِ وَإِذَا ۞ يَسْتَوْفُونَ النَّاسِ عَلَىٰ أَكْتَالٍ وَإِذَا الَّذِينَ ۞ لِلْمُطَفِّفِينَ وَيَلُ ۞
 الْعَامِينَ لِرَبِّ النَّاسِ يُقَوْمُ يَوْمَ ۞ عَظِيمٍ لِيَوْمِ ۞ مَبْعُوثُونَ أَنَّهُمْ أُولَٰئِكَ يَظُنُّ ۞ أَلَا ۞

Terjemahnya:

Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa Sesungguhnya mereka akan dibangkitkan. Pada

³⁹Buharmuddin Salam, *Etika Sosial* (Jakarta : Rineka Cipta, 1994), h.162.

⁴⁰Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* (pustaka, Al-kausar , 2001), h. 103.

suatu hari yang besar, (yaitu) hari(ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam?⁴¹

Ayat diatas telah jelas menunjukkan bahwa dalam kegiatan bisnis, prinsip kejujuran memiliki nilai yang sangat tinggi. Artinya dengan menunjukkan barang dagangannya secara jujur akan menumbuhkan kepercayaan calon pembeli.

2.2.1.4.6 Adil

Secara harfiah, kata *adil* berasal dari bahasa Arab '*adala-ya'dilu-'adlan wa' adalatan* yang berarti *to act justly, equitably, with fairness*-bertindak adil,imbang, dengan jujur.⁴²

Dalam al-Qur'an mengandung beberapa istilah yang dekat dengan istilah keadilan, yaitu *al-qisth*, *al-adl*, dan *mizan*. Quraish Shihab memberikan penjelasan bahwa kata *al-adl* berarti mendudukkan duabelah pihak dalam posisi yang sama. Kata *al-qisth* artinya bagian yang patut dan wajar dan memiliki pengertian yang lebih luas dibandingkan dengan *al-adl*. Kata *mizan* berarti timbangan dan juga digunakan untuk menyebut keadilan.⁴³

Sedangkan, secara istilah pengertian adil adalah pengakuan dan perlakuan yang seimbang antara hak dan kewajiban. Adil juga dapat berarti suatu tindakan yang tidak berat sebelah atau tidak memihak ke salah satu pihak, memberikan sesuatu kepada orang sesuai dengan hak yang harus diperolehnya. Bertindak secara adil berarti mengetahui hak dan kewajiban, mengerti mana yang benar dan yang salah, bertindak jujur dan tepat menurut peraturan dan hukum yang telah ditetapkan serta tidak

⁴¹Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 878.

⁴²Dahlan Bishri, *Keadilan Sosial dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Paramedia, 2005), h. 15.

⁴³Ahwan Fanani, *Gagasan Keadilan Dalam Hukum Islam* (Semarang: Wahana Akademika, 2005), h. 322.

bertindak sewenang-wenang. Adil pada dasarnya terletak pada keseimbangan atau keharmonisan antara penuntutan hak dan menjalankan kewajiban.

2.2.2 Persaingan Usaha

Di Indonesia, keinginan dan kesungguhan Negara untuk menciptakan iklim usaha yang sehat telah diupayakan diantaranya dengan membuat suatu produk perundang-undangan tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, yakni UU No. 5 Tahun 1999 yang mulai di berlakukan sejak tanggal 5 September 2000. UU ini merupakan hasil dari proses reformasi ekonomi dan politik yang di harapkan mampu menciptakan persaingan usaha yang sehat.

2.2.2.1 Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literature yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis.⁴⁴ Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, bertanding, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survey, atau sumber daya yang dibutuhkan.⁴⁵

Menurut Kasmir, pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan.⁴⁶ Apakah

⁴⁴Basu Swasta, Ibnu Sujoito, *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern*(Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta, 2000), h. 22.

⁴⁵Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*(Jakarta: Erlangga, 2005), h. 86.

⁴⁶Kasmir, *Kewirausahaan*(Jakarta: PT: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 258.

persaingan ini baik atau tidak baik bagi suatu usaha, sangat tergantung kepada kemampuan pengusahanya.⁴⁷

Pengertian persaingan usaha juga dapat ditemui dalam UU No. 5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan bisnis 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 dan jasa yang baik pula.⁴⁸

Apabila dilarang persaingan usaha tidak sehat maka memang perlu untuk digariskan pengertian usaha itu secara tersendiri. Akan sulit memberikan pengertian tentang persaingan usaha, namun pada pokoknya persaingan usaha adalah persetujuan atau rivalitas yang terjadi antara pelaku usaha yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, ini bisa juga dijadikan indikasi bahwa apa yang dimaksud dengan persaingan usaha selama ini. Dan baik buruknya para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankannya.⁴⁹

Persaingan usaha sering dikonotasikan negative karena dianggap mementingkan kepentingan sendiri. Walaupun ada kenyataannya seorang manusia, apakah pada kapasitasnya sebagai individual maupun anggota suatu organisasi, secara ekonomi tetap akan berusaha mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Alfred Marshal, seorang ekonomi terkemuka sampai mengusulka agar istilah persaingan diganti dengan istilah “*economic freedom*” (kebebasan ekonomi) dalam menggambarkan atau mendukung tujuan positif dari proses persaingan. Oleh sebab itu

⁴⁷Buchari Alma, *Ajaran Islam dalam Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 1993), h. 107.

⁴⁸Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 27.

⁴⁹Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, h. 27.

pengertian kompetisi atau persaingan usaha dalam pengertian yang positif dan independent sebagai jawaban terhadap upaya dalam segi keuntungan untuk menarik pembeli agar mencapai untung.⁵⁰

2.2.2.1.1 Pengertian Persaingan Usaha dalam sistem ekonomi pasar

Dalam sistem ekonomi pasar, persaingan usaha memiliki beberapa pengertian:

2.2.2.1.1.1 Persaingan menunjukkan banyaknya pelaku usaha yang menawarkan atau memasok barang atau jasa tertentu ke pasar yang bersangkutan. Banyak sedikitnya pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa ini menunjukkan struktur pasar (*market structure*) dari barang atau jasa tersebut.

2.2.2.1.1.2 Persaingan merupakan suatu proses dimana masing-masing perusahaan berupaya memperoleh pembeli atau pelanggan bagi produk yang dijualnya.⁵¹

2.2.2.2 Unsur Persaingan Usaha

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindari munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis adalah:

2.2.2.2.1 Pihak-pihak yang bersaing : manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah

⁵⁰Ningrum Natasya Sirait, *Hukum Persaingan di Indonesia* (Medan: Pustaka Bangsa Press, 2004), h. 1.

⁵¹Gunawan Widjaja, *Merger dalam Perspektif Monopoli* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa, 1999), h. 10.

dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Harta yang diperolehnya adalah rizki yang di berikan Allah swt. Tugas manusia adalah berusaha sebaik-baiknya salah satunya dengan jalan bisnis. Tidak ada anggapan rizki yang diberikan Allah swt., akan diambil oleh pesaing. Karena Allah swt., telah mengatur hak masing-masing sesuai usahanya. Sebagaimana Allah swt., berfirman dalam Q.S Al-Mulk/67: 15.

النُّشُورُ وَإِلَيْهِ رَزَقَهُ ۚ مِنْ وَكُلُوا مِمَّا كَيْفَ فِي فَا مَشُوا ذُلًّا لَوْلَا الْآرْضُ لَكُمْ جَعَلَ الَّذِي هُوَ

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.⁵²

Keyakinan ini dijadikan landasan sikap tawakal setelah manusia berusaha sekuat tenaga. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Melalui landasan ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu melalui mutu produk, harga yang bersaing dan pelayanan total.⁵³

2.2.2.2.2 Segi cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Dalam berbisnis setiap orang

⁵²Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran da Terjemahan*, h. 823.

⁵³Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 92.

akan berhubungan dengan pesaing. Rasulullah saw., memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Dalam berbisnis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara.⁵⁴

2.2.2.2.3 Objek yang dipersaingan

Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:⁵⁵

2.2.2.2.3.1 Produk :Produk yang dipersaingan baik barang dan jasa harus halal.

Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.

2.2.2.2.3.2 Harga :Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus

kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.

2.2.2.2.3.3 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.

2.2.2.2.3.4 Pelayanan :Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh

dengan cara yang mendekati maksiat.

2.2.2.3 Landasan Hukum Persaingan Usaha

⁵⁴Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 93.

⁵⁵Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, h. 93-97.

Landasan hukum dari persaingan bisnis adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.⁵⁶ Menurut Pasal 1 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat definisi monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh suatu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Sedangkan yang dimaksud dengan praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasanya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

Beberapa hal yang diatur dalam UU No. 5 Tahun 1999 adalah sebagai berikut:

1. Perjanjian yang dilarang, misalnya praktek oligopoly, penetapan harga, pembagian wilayah, pemboikotan, kartel, trust, oligopsoni, dan sebagainya (pasal 4 sampai pasal 16 UU No. 5 Tahun 1999)
2. Kegiatan yang dilarang, misalnya praktek monopoli, praktek monopsoni, persekongkolan dan sebagainya (pasal 17 sampai pasal 24 UU No. 5 Tahun 1999).
3. Penyalahgunaan posisi dominan. Posisi dominan yang dimaksud adalah keadaan di mana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti pasar bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi di antara pesaingnya di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan

⁵⁶m.hukumonline.com/pusatdata/detail/104/nprt/36/uu-no-5-tahun-1999-larangan-praktek-monopoli-dan-persaingan-usaha-tidak-sehat 30 Maret 2017.

akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu. Adapun penyalahgunaan posisi dominan misalnya jabatan rangkap, pemilikan saham dan lain-lain sebagaimana diatur dalam pasal 25 sampai dengan pasal 27 UU No. 5 Tahun 1999.

2.2.2.4 Jenis Persaingan Usaha

Jenis persaingan usaha terdiri atas:

2.2.2.4.1 Persaingan sehat (*healthy competition*)

Istilah ini menegaskan yang ingin dijamin adalah terciptanya persaingan yang sehat. Dengan melihat beberapa istilah di atas dapat dikatakan bahwa apapun istilah yang dipakai, semua berkaitan tiga hal, yaitu:

2.2.2.4.1.1 Pencegahan atau peniadaan praktek monopoli

2.2.2.4.1.2 Menjamin persaingan yang sehat

2.2.2.4.1.3 Melarang persaingan yang tidak jujur

2.2.2.4.2 Persaingan tidak sehat (*unfair competition*)

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur dan melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Menurut teori persaingan sempurna ekonomi klasik, pasar terdiri atas sejumlah produsen dan konsumen kecil yang tidak menentu. Kebebasan masuk dan keluar, kebebasan memiliki teknologi dan metode produksi, serta kebebasan memilih teknologi dan metode produksi, serta kebebasan dan ketersediaan informasi, semuanya

dijamin oleh pemerintah. Dalam keadaan pasar seperti ini, dituntut adanya teknologi yang efisien, sehingga pelaku pasar akan dapat bertahan hidup.⁵⁷

Namun sistem ekonomi seperti ini, dituduh oleh kaum sosialis hanya melindungi pemilik faktor produksi. Sehingga ada tuduhan bahwa kaum kapitalis telah membuat keputusan ekonomi yang mengejar kepentingan individu, menekankan tingkat upah yang minimal, dan mendorong pengambilan keuntungan yang sebesar-besarnya, mengkonsentrasikan ekonomi pada sebagian kecil orang saja. Selanjutnya, sistem ekonomi pasar bebas juga telah membawa kepada ketidak stabilan dalam aktivitas ekonomi dan perputaran usaha.⁵⁸

Persaingan sering dikonotasikan negatif karena dianggap mementingkan kepentingan sendiri. Walaupun pada kenyataannya seorang manusia, apakah ada kapasitasnya sebagai individual maupun 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 independent sebagai jawaban terhadap upaya dalam segi keuntungan untuk menarik pembeli agar mencapai untung.⁵⁹

Dalam konsepsi persaingan usaha, dengan asumsi bahwa faktor yang mempengaruhi harga adalah permintaan dan penawaran. Persaingan usaha akan dengan sendirinya menghasilkan barang atau jasa yang memiliki daya saing yang baik,

⁵⁷Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, Cet: I, 2004), h. 371.

⁵⁸Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, h. 372.

⁵⁹Ningrum Natasya Sirait, *Hukum Persaingan di Indonesia* (Medan: Pustaka Bangsa Press, 2004), h. 1.

melalui mekanisme yang efisien dan efektif, dengan mempergunakan seminimum mungkin faktor-faktor produksi yang ada. Dalam sistem ekonomi pasar yang demikian, persaingan memiliki beberapa pengertian:

1. Persaingan menunjukkan banyaknya pelaku usaha yang menawarkan atau memasok barang atau jasa tertentu ke pasar yang bersangkutan. Banyak sedikitnya pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa ini menunjukkan struktur pasar (*market structure*) dari barang atau jasa tersebut.
2. Persaingan merupakan suatu proses dimana masing-masing perusahaan berupaya memperoleh pembeli atau pelanggan bagi produk yang dijualnya, antara lain dapat dilakukan dengan:⁶⁰
 - a. Menekan harga (*price competition*)
 - b. Persaingan bukan harga (*non-price competition*) misalnya yang dilakukan melalui diferensiasi produk, pengembangan hak atas kekayaan intelektual, promosi, pelayanan purna jual, dan lain-lain.
 - c. Berusaha secara lebih efisien atau tepat guna dan waktu (*low cost-production*)

2.2.2.5 Faktor Pendorong Persaingan

Menurut Porter, persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah usaha atau perdagangan. Menurut Porter, faktor persaingan bisnis yang dapat menentukan kemampuan bersaing:⁶¹

⁶⁰Gunawan Widjaja, *Merges dalam Perspektif Monopoli* (Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa, 1999), h. 10.

⁶¹Mihael E. Porter, *Strategi Bersaing*, Terj. Sigit Suryanto (Jakarta: Karisma, 2007), h. 27.

- 2.2.2.5.1 Kekuatan tawar pembeli : mencakup faktor-faktor seperti pembeli, informasi pembeli. Daya tawar-menawar pembeli mempengaruhi harga yang ditetapkan pedagang.
- 2.2.2.5.2 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.
- 2.2.2.5.3 Ancaman Produk Pengganti: mencakup faktor-faktor seperti biaya pemindahan dan loyalitas pembeli menentukan kadar sejauh mana pelanggan-pelanggan cenderung untuk membeli suatu produk pengganti.
- 2.2.2.5.4 Ancaman Pendetang 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.⁶²

2.3 Tinjauan Konseptual

Judul skripsi ini adalah “Analisi Etika Bisnis Terhadap Persaingan Usaha Kayu di Awerange Kab.Barru”, 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 serta dapat menghindari

⁶²Mihael E. Porter, *Strategi Bersaing*, Terj. Sigit Suryanto (Jakarta: Karisma, 2007), h. 28.

kesalahpahaman. Oleh karena itu, dibawah ini akan diuraikan tentang pembahasan makna dari judul tersebut.

- 2.3.1 Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkaranya dan sebagainya).⁶³
- 2.3.2 Etika bisnis Islam adalah studi yang dikhususkan mengenai benar atau salah dalam dunia bisnis, dan berkonsentrasi pada standar moral bagi pelaku bisnis terutama yang menjalankan usaha sesuai dengan syariat Islam.
- 2.3.3 Persaingan Usaha: Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literature yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis.⁶⁴ Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, bertanding, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pansa pasar, peringkat survey, atau sumber daya yang dibutuhkan.⁶⁵
- 2.3.4 Usaha Kayu : adalah salah satu bidang usaha yang menjadi pokok penjualannya adalah berfokus pada penjualan kayu. Penjualan kayu biasanya dalam bentuk kayu mentah yang belum diolah, beda dengan usaha meubel yang menjual bahan yang telah jadi. Jadi, usaha ini adalah salah satu bentuk penjualan bahan setengah jadi.

⁶³Hoetomo, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: MitraPelajar, 2005), h. 39.

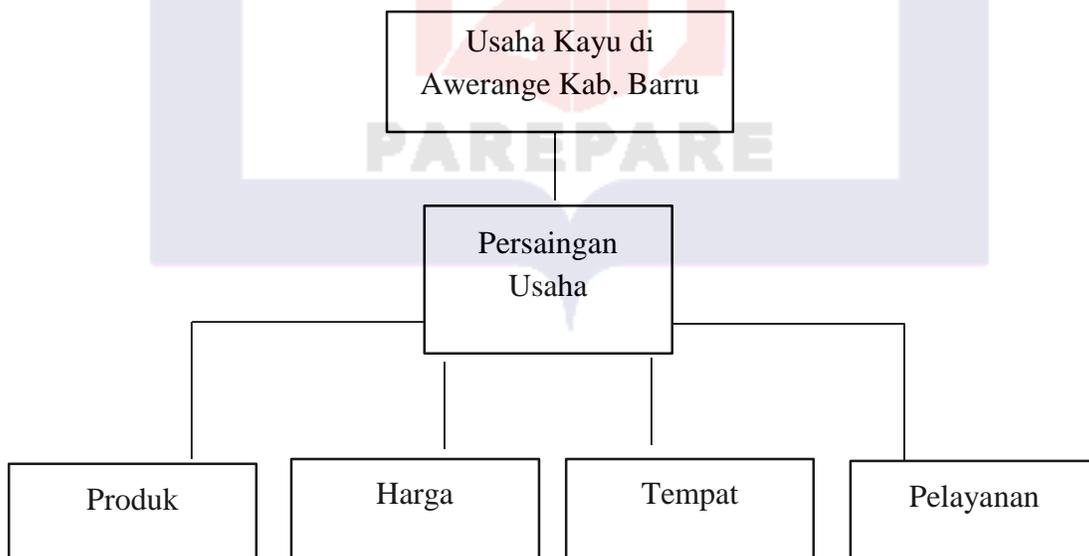
⁶⁴Basu Swasta, Ibnu Sujojto, *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta, 2000), h. 22.

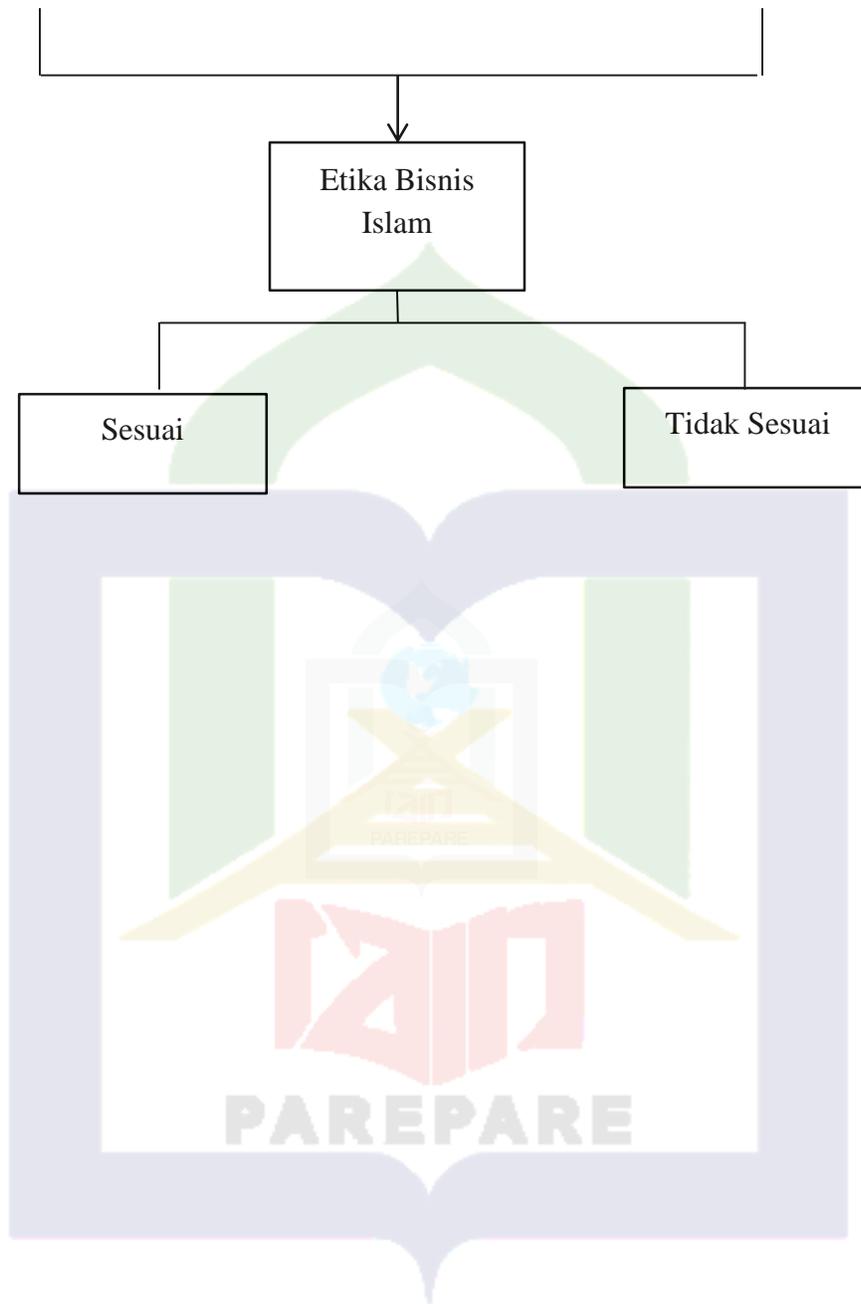
⁶⁵Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*(Jakarta: Erlangga, 2005), h. 86.

Bedasarkan penjelasan diatas, dapat dimengerti maksud dari judul penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk persaingan bisnis yang ada di Awerange Kab. Barru. Fokus penelitiannya pada usaha kayu yang ada di daerah tersebut dan menggunakan analisis etika bisnis Islam.

2.4 Bagan Kerangka Pikir

Pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, akan dilakukan di Awerange Kab. Barru. Penelitian ini akan berfokus pada persaingan usaha yang ada di tempat tersebut. Peneliti akan melihat seperti persaingan dari segi produk, harga, tempat dan pelayanannya. Kemudian, peneliti akan menganalisis berdasarkan etika bisnis Islam apakah telah sesuai atau tidak. Lebih jelasnya, peneliti akan menggambarkan bagan seperti berikut ini :





BAB III

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah cara yang dilaksanakan seorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi dan menganalisis fakta yang ada ditempat penelitian dengan menggunakan ukuran-ukuran dalam pengetahuan, hal ini dilakukan untuk menemukan kebenaran.⁶⁶

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dimana penelitian kualitatif adalah penelitian yang secara khusus menggambarkan sifat dan karakter suatu individu, gejala, keadaan, kondisi, atau kelompok tertentu. Selain itu dapat menentukan frekuensi, penyebaran suatu gejala, atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara gejala yang satu dengan gejala yang lainnya dalam suatu masyarakat.

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 dokumentasi⁶⁷.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

⁶⁶Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat* (Jakarta: PT. Gramedia, 1981), h. 13.

⁶⁷Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Cet. 7; Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 26.

3.2.1 Lokasi penelitian: Lokasi penelitian ini bertempat di Awerange Kab. Barru. Lokasi Penelitian merupakan salah satu bentuk lokasi persaingan usaha yang dalam hal ini usaha kayu.

3.2.2 Waktu penelitian

Dalam hal ini, peneliti akan melakukan penelitian dalam waktu \pm 1 bulan yang dimana kegiatannya meliputi : Persiapan (pengajuan proposal penelitian), pelaksanaan (pengumpulan data), pengolahan data (analisis data), dan penyusunan hasil penelitian.

3.3 Fokus Penelitian

3.3.1 Persaingan bisnis antara pengusaha kayu di Awerange Kab. Barru.

3.3.2 Penerapan etika bisnis Islam dalam persaingan antara pengusaha kayu di Awerange Kab. Barru.

Pada penelitian ini akan dianalisis penerapan etika bisnis Islam dalam praktek persaingan usaha yang terjadi pada pengusaha kayu di Awerange Kab. Barru.

3.4 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan (Primer dan Sekunder)

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

3.4.1 Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti⁶⁸. Data primer diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam dokumen tidak resmi yang kemudian diolah peneliti⁶⁹. Responden adalah orang yang dikategorikan sebagai sampel dalam

⁶⁸Bagong Suyanton dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial* (Ed.I, Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 55.

⁶⁹Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 175.

penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan peneliti⁷⁰. Responden dalam hal ini adalah masyarakat yang merupakan Pegusaha kayu di Awerange Kab. Barru.

- 3.4.2 Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, dan disertasi⁷¹. Adapun data sekundernya yaitu: hasil dari studi kepustakaan, surat kabar atau majalah, dan internet.

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

Datasekunder dikumpulkan dengan melakukan studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan untuk menemukan teori, perspektif, serta interpretasi tentang masalah yang akan dikaji⁷², yaitu persaingan bisnis, etika bisnis Islam, buku-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

⁷⁰Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), h. 34.

⁷¹Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, h. 106.

⁷²Anton Bakker dan Achmad Charris Zubair, *Metodologi Penelitian Filsafat* (Yogyakarta: Kanisius, 1989), h. 85.

pencatatan⁷³. 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 relevan⁷⁴.

3.5.3 Wawancara (interview)

Merupakan salah satu metode pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden⁷⁵.

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 mendalam⁷⁶.

3.6 Teknik Analisis Data

Menganalisis data berarti menguraikan data atau menjelaskan data sehingga berdasarkan data itu pada gilirannya dapat ditarik pengertian dan kesimpulannya⁷⁷. Analisis data merupakan proses pencandraan (*descriptioni*) dan penyusunan transkrip interview serta material lain yang telah terkumpul. Maksudnya

⁷³Ronni Hanitjo Soemitro, *Metodelogi Penelitian Hukum*(Jakarta:Ghalia Indonesia,1985), h. 62.

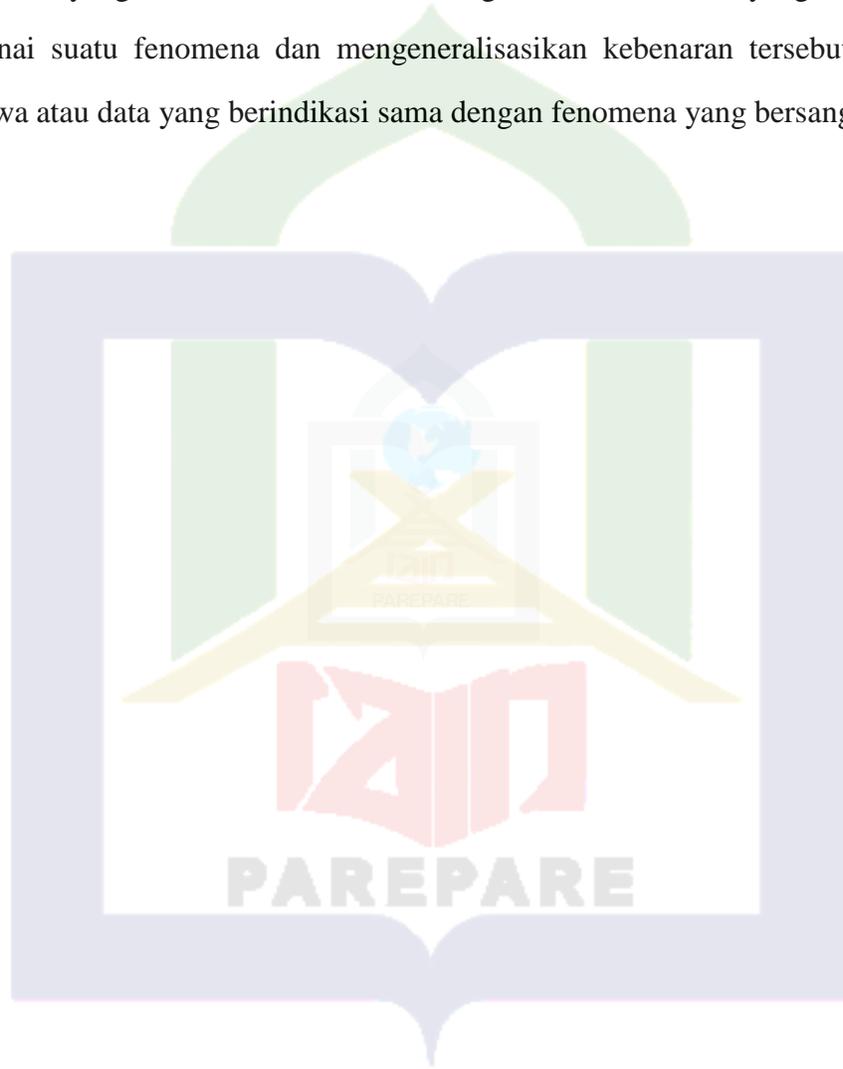
⁷⁴Husaini Usman & Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Cet I; Jakarta, Bumi Aksara, 2008), h. 53.

⁷⁵Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Prektek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h.39.

⁷⁶Basrowi Suwardi, *Memahami Penelitian Kualitatif*(Jakarta: Rineka Indah, 2008), h.158.

⁷⁷Dudung Abdurrahman, *Pengantar Metode Penelitian*(Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta, 2003), h. 65.

agar peneliti dapat menyempurnakan pemahaman terhadap data tersebut untuk kemudian menyajikannya kepada orang lain lebih jelas tentang apa yang telah ditemukan atau didapatkan dilapangan⁷⁸. 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 bersangkutan⁷⁹.



⁷⁸Sudarwan Danim, *Menjadi Penelitian Kualitatif: Ancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora*(Cet I; Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h. 37.

⁷⁹Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*(Cet, Ke-2; Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2000), h.40.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Selayang Pandang

Kabupaten Barru dahulu sebelum terbentuk adalah sebuah kerajaan kecil yang masing-masing dipimpin oleh seorang Raja yaitu: Kerajaan Berru (Barru), Kerajaan Tanete, Kerajaan Soppeng Riaja dan Kerajaan Mallusetasi. Dimasa pemerintahan Belanda dibentuk Pemerintah Sipil Belanda dimana wilayah Kerajaan Berru, Tanete dan Soppeng Riaja dimasukkan dalam wilayah *Onder Afdelling* Barru, yang bernaung di bawah Afdelling Parepare sebagai kepala Pemerintahan *Onder Afdelling* diangkat seorang control Belanda yang berkedudukan di Barru, sedangkan ketiga bekas kerajaan tersebut diberi status sebagai *Self Bestuur* (Pemerintahan Kerajaan Sendiri) yang mempunyai hak otonom untuk menyelenggarakan Pemerintahan sehari-hari baik terhadap eksekutif maupun dibidang yudikatif.

Seiring dengan perjalanan waktu, maka pada tanggal 20 Februari 1960 merupakan tonggak sejarah yang menandai kelahiran Kabupaten Daerah TK.II Barru dengan ibukota Barru berdasarkan Undang-Undang Nomor 229 tahun 1959 tentang pembentukan Daerah-Daerah TK.II di Sulawesi Selatan. Kabupaten Barru terbagi dalam 7 Kecamatan dan 54 Desa/Kelurahan. Sebelum dibentuk sebagai suatu Daerah Otonom berdasarkan UU No. 29 Tahun 1959 pada tahun 1961, daerah ini terdiri dari 4 wilayah Swapraja didalam kewedanaan Barru Kabupaten Parepare lama, masing-masing Swapraja Barru, Swapraja Tanete, Swapraja Soppeng Riaja dan bekas Swapraja Mallusetasi, Ibu kota Kabupaten Barru sekarang bertempat di bekas ibu Kota Kewedanaan barru. Kabupaten Barru yang dikenal dengan motto HIBRIDA (Hijau,

Bersih, Asri dan Indah) adalah salah satu Kabupaten yang terletak dipesisir Pantai Barat Provinsi Sulawesi Selatan dengan garis pantai sekita 78 Km.

Secara Geografis terletak diantara koordinat 4°0.5'35" lintang selatan dan 109°35"-119°49'16" Bujur Timur dengan luas wilayah 1.174,72 Km² (117.472 Ha) dan berada kurang lebih 102 km sebelah utara Kota Makassar ibukota Provinsi Sulawesi Selatan, yang dapat ditempuh melalui perjalanan darat kurang lebih 2,5 jam. Kabupaten Barru secara administratif terbagi atas 7 Kecamatan, 14 Kelurahan dan 40 Desa sebagaimana tabel dibawah yang mempunyai batas-batas wilayah: sebelah utara dengan Kota Parepare dan Kabupaten Sidrap. Sebelah Timur dengan Kabupaten Soppeng dan Kabupaten Bone. Sebelah selatan dengan Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan sebelah Barat dengan selat Makassar. Kabupaten Barru terletak pada jalan trans Sulawesi dan merupakan lintas wisata yang terletak antara Kota Makassar dan Kota Parepare menuju Kabupaten Tana Toraja sebagai daerah tujuan wisata dari Mancanegara.

Kabupaten Barru mempunyai ketinggian antara 0-1.700 meter diatas permukaan laut dengan bentuk permukaan sebahagian besar daerah kemiringan, berbukit hingga bergunung-gunung dan sebahagian lainnya merupakan daerah datar hingga landai. Di kabupaten Barru tedapat seluas 71,79% wilayah (84.340 Ha) dengan tipe iklim C yakni mempunyai bulan basah berturut-turut 5-6 bulan (Oktober-Maret) dan bulan Kering berturut-turut kurang dari 2 bulan (April-September). Total hujan selama setahun di Kabupaten Barru sebanyak 113 hari dengan jumlah curah hujan sebesar 5.252 mm. Curah hujan di Kabupaten Barru berdasarkan hari hujan terbanyak pada bulan Desember- Januari dengan jumlah crah hukan 1.335 mm dan 1.138 mm

sedangkan hari hujan masing-masing 2 hari dengan jumlah curah hujan masing-masing 104 mm dan 17 mm.

Visi Misi Kabupaten Barru

- a. **Visi** : Terwujudnya Kabupaten Barru lebih maju, sejahtera, taat azas dan bermartabat yang bernafaskan keagamaan.

Visi ini menjadi arah perjalanan pembangunan Kabupaten Barru selama tahun 2010-2015 dengan penjelasan makna visi sebagai berikut:

- Lebih maju adalah kondisi dimana pada tahun 2015 Kabupaten Barru menjadi lebih baik dalam hal kualitas sumberdaya manusia yang meliputi angka harapan hidup, rata-rata lama sekolah, angka melek huruf dan daya beli masyarakat.
- Sejahtera bermakna bahwa pembangunan Kabupaten Barru dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial seluruh masyarakat Barru.
- Taat azas dimaksudkan bahwa pembangunan Kabupaten Barru yang dilakukan mengacu pada ketentuan hukum dan norma budaya /adat-istiadat serta kearifan lokal dalam rangka terpeliharanya kebersamaan antar berbagai unsur dalam tatanan daerah dan terjaminnya keberlanjutan pembangunan.
- Bermartabat dimaksudkan bahwa pembangunan di Kabupaten Barru dilakukan dengan berlandaskan pada semangat manuju daya saing dan kemandirian daerah.

- Bernafaskan keagamaan bermakna bahwa seluruh aktivitas penyelenggaraan pemerintah, pembangunan dan pembinaan kemasyarakatan berlandaskan nilai-nilai keagamaan.
- b. **Misi:** berdasarkan visi tersebut diatas, maka misi pembangunan jangka menengah daerah yang ditetapkan sebagai berikut:
1. Meningkatkan kualitas manusia melalui optimalisasi pemanfaatan sumberdaya pembangunan untuk kesejahteraan masyarakat. menciptakan lingkungan kondusif. Mengembangkan interkoneksi wilayah.
 2. Mewujudkan tata kelola yang baik dan bersih berdasarkan visi dan misi maka tujuan dan sasaran pembangunan jangka menengah daerah yang akan dicapai sebagai berikut:
 - a. Meningkatkan kualitas manusia.
 - b. semakin meningkatnya kebersamaan antar berbagai unsur dalam tatanan daerah
 - c. Terjaminnya kelestarian lingkungan dan keberlanjutan sumber daya alam
 - d. Meningkatnya daya saing daerah
 - e. Semakin fungsionalnya nilai dan ajaran agama dalam etos dan budaya kerja dalam tatanan pemerintah dan sosial kemasyarakatan
 - f. Terwujudnya pelayanan umum yang efektif dan efisien dan memuaskan masyarakat.

4.2 Persaingan Bisnis Dalam Bentuk Produk, Harga, Tempat, dan Pelayanan Oleh Pengusaha Kayu di Awerange Kab. Barru

Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang dan jasa yang baik pula.⁸⁰ Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:⁸¹

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 dagangan (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 menyandarkan segala aktivitas bisnisnya pada Allah semata. Jika ada pedagang merasa iri dan menjelek-jelekkan produk pedagang lain, dengan harapan pembeli berpihak padanya berarti pedagang tersebut tidak menjalankan prinsip etika bisnis Islam terkait

⁸⁰Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 27.

⁸¹Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, h. 93-97.

untuk menipu. Upaya melakukan penipuan kerap menjadi strategi dan cara bagi pelaku dunia bisnis untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Keyakinan bahwa rejeki semata-mata dari Allah swt., akan menjadi kekuatan dasar bagi seorang pedagang muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakkal yang kokoh dalam melakukan usaha. Selama melakukan kegiatannya akan senantiasa menyalurkan segala sesuatunya hanya kepada Allah swt., semata. Apabila bisnisnya mengalami kemenangan dalam persaingan, ia akan bersyukur. Sebaliknya 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.

Berdasarkan hal-hal tersebut, penulis melakukan wawancara kepada para pengusaha kayu di Awerange mengenai produk yang mereka jual guna melihat bagaimana bentuk persaingannya. Wawancara yang dilakukan penulis sebagai berikut:

4.2.1.1 Berdasarkan hasil wawancara dengan H. Agus salah satu pengusaha kayu di Awerange menyatakan bahwa:

“Kalau soal produk, kayu yang kami jual berbeda dengan kebanyakan penjual yang lainnya. Kalau kebanyakan penjual memiliki kayu yang berasal dari Kalimantan, saya disini menjual kayu yang berasal dari Kendari.”⁸²

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengenai produk yang dijual ada bermacam-macam asalnya. Produk yang dimiliki oleh H. Agus kebanyakan berasal dari Kendari.

⁸²Wawancara dengan H. Agus, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

4.2.1.2 Berdasarkan hasil wawancara dengan H. Mursalim salah satu pengusaha kayu di Awerange menyatakan bahwa:

“Kayu yang saya jual ini berasal langsung dari Kalimantan, iya memang hampir sebagian besar penjual kayu disini mengambil dari Kalimantan. Tapi, ada juga yang dari tempat lain. Intinya beda-bedalah produk yang kami tawarkan, jadi walaupun sama-sama usaha tapi beda asalnya.”⁸³

Berdasarkan hasil wawancara di atas yang dilakukan dengan H. Mursalim, diketahui bahwa produk yang dijual berasal dari Kalimantan.

4.2.1.3 Berdasarkan hasil wawancara dengan Muh. Syahrir fatta salah satu pengusaha kayu di Awerange menyatakan bahwa:

“kalau kayu yang saya jual ini macam-macam, ada yang dari Kalimantan, Kendari, dan dari Mamuju. Karena pembeli beda-beda, kadang yang dicari itu dari Kalimantan, kadang yang dari Kendari, jadi sebagai penjual kalau bisa menjual yang bermacam-macam kenapa tidak.”⁸⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas yang dilakukan dengan H. Mursalim, diketahui bahwa produk yang dijual berasal dari berbagai macam tempat seperti Kalimantan, Kendari dan Mamuju. Hal ini dikarenakan minat pembeli akan produk yang dimiliki bermacam-macam.

Keterangan diatas dapat peneliti jelaskan bahwa para pengusaha kayu yang ada di Awerange, memahami setiap produk yang mereka tawarkan. Para pengusaha kayu yang ada di Awerange dapat diketahui jelas perbedaan jenis kayu yang mereka miliki. Setiap jenis kayu yang mereka jual memiliki keunggulannya masing-masing. Hal itu tergantung bagaimana pembeli, juga kepada minat pembeli untuk memilih setiap produk yang ada.

⁸³Wawancara dengan H. Mursalim, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

⁸⁴Wawancara dengan Muh. Syahrir fatta, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

4.2.2 Harga

Pada umumnya, bila 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 pengusaha kayu di Awerange adalah hal yang wajar terjadi, akan tetapi penentuan harga mereka tergantung pada kualitas kayu yang ada karena kayu yang mereka tawarkan berbeda dan biaya produksinya pun berbeda. Hal ini sebagaimana yang hasil wawancara penulis terhadap pengusaha kayu di Awerange:

4.2.2.1 Berdasarkan hasil wawancara dengan H. Mursalim salah satu pengusaha kayu di Awerange menyatakan bahwa:

“Kalau harga kami menjual seperti harga umumnya. Karena kami juga menghitung berapa pengeluaran ini kayu. Apalagi kayu yang saya jual langsung dari Kalimantan, ongkos kesininya juga berapa jadi semua diperhitungkan. Yang intinya saya disini tidak ambil untung banyak, karena percuma untung banyak tapi pembelinya sedikit.”⁸⁵

Berdasarkan wawancara tersebut, penulis mengatakan bahwa dalam bertransaksi, para pengusaha kayu di Awerange memiliki pemahaman yang baik mengenai persaingan dari segi harga yang mereka gunakan berdasarkan sebesar apa pengeluaran mereka terhadap modalnya.

⁸⁵Wawancara dengan H. Mursalim, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

4.2.2.2 Berdasarkan hasil wawancara dengan Sahrul salah satu pengusaha kayu di Awerange menyatakan bahwa:

“Kalau ditempat kami, harganya tergantung jenis kayunya. Tentu beda harga kayu yang dari Kalimantan, Kendari dan Mamuju.”⁸⁶

Berdasarkan wawancara tersebut, para pengusaha kayu di Awerange memiliki perbedaan dalam penentuan harga. Pada penentuan harganya, didasarkan pada tergantung jenis kayunya baik yang berasal dari Kalimantan, Kendari maupun Mamuju.

4.2.2.3 Berdasarkan hasil wawancara dengan Ismail salah satu pengusaha kayu di Awerange menyatakan bahwa:

“tidak jauh beda dengan penjual lainnya disini. Kami menjual sebagaimana penjual lainnya. Tentang masalah masalah harga juga sewajarnya, sesuai juga dengan kualitas yang dimiliki.”⁸⁷

Berdasarkan wawancara tersebut, pada penentuan harganya dilakukan dengan sewajarnya. Hal ini berdasarkan kualitas yang dimiliki oleh kayu-kayu yang dijual.

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. Para pengusaha kayu di Awerange tidak mempermasalahkan harga, jika penjual menjual harga diatas harga pedagang lain,

⁸⁶Wawancara dengan Sahrul, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

⁸⁷Wawancara dengan Ismail, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

namun pembeli menerima dan suka maka transaksi sah dan tidak menimbulkan persaingan dengan pedagang lain. Selain itu, mereka memahami biaya produksi setiap kayu yang mereka jual berbeda-beda.

Hal ini sesuai dengan firman Allah swt., dalam Q.S An-Nisa/04:29:

رَاضٍ عَنْ تِجْرَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَأَءَامِنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
 رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا أَوْلَاءَ مِنْكُمْ ت

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. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁸⁸

Berdasarkan ayat tersebut, serta bagaimana implementasinya terhadap para pengusaha kayu yang ada di Awerange 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 penjualan kayu menjadi hal yang penting bagi para pengusaha kayu di Awerange. Para pengusaha kayu di Awerange mencari tempat yang strategis yang dapat dijangkau oleh para pembeli.

⁸⁸Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 107.

Meskipun pada kenyataannya mereka memerlukan tempat yang strategis untuk kelancaran usahanya, namun mereka melakukan persaingan yang sehat. Hal ini sebagaimana wawancara dengan beberapa pengusaha kayu di Awerange:

4.2.3.1 Berdasarkan hasil wawancara dengan Muh. Rijal salah satu pengusaha kayu di Awerange menyatakan bahwa:

“Tempatnya tidak jauh dari rumah saya, supaya mudah juga jadi tidak susah kalau mau kesitu. Rata-rata penjual lain juga berjualan di depan rumah, karena memang akan lebih mudah. Masalah pembeli, pasti pembeli akan datang kalau sudah cocok, yang penting bagaimana cara kita ketika pembeli datang, kalau masalah tempat tidak ada persoalan.”⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, persaingan dalam hal tempat yang dilakukan oleh salah satu pengusaha kayu tersebut dengan mengambil lokasi yang dekat dari rumah. Hal ini dikarenakan kebanyakan pengusaha kayu di Awerange membuka tempat di Awerange membuka tempat di dekat rumah mereka.

4.2.3.2 Berdasarkan hasil wawancara dengan H.Mursalim salah satu pengusaha kayu di Awerange menyatakan bahwa:

“Kalau masalah tempat memang harus dicari tempat yang strategis supaya usaha dapat berjalan lancar. Tetapi di sini kami tidak mempermasalahkannya karena rejeki sudah ada yang mengatur.”⁹⁰

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, pada pemilihan tempat yang dilakukan oleh salah satu pengusaha kayu adalah dengan melihat lokasi yang strategis. Selain itu,

⁸⁹Wawancara dengan Muh. Rijal, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

⁹⁰Wawancara dengan H. Mursalim, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

meskipun tempat usahanya saling berdekatan mereka percaya bahwa rejeki sudah diatur.

4.2.3.3 Berdasarkan hasil wawancara dengan H. Agus salah satu pengusaha kayu di

Awerange menyatakan bahwa:

“Tempat saya di depan rumah, saya pilih di depan rumah agar lebih mudah. Selain itu, di manapun tempatnya sudah ada yang mengatur, dan pembeli pasti akan datang kalau memang itu rejeki kita.”⁹¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan H. Agus salah satu pengusaha kayu di Awerange, pemilihan tempatnya di depan rumah. Hal ini dikarenakan tempat usaha yang berada di depan rumah dianggap lebih mudah untuk dijangkau.

Persaingan terkait tempat pada para pengusaha kayu tidak terjadi, karena ada dasarnya mereka mengatakan bahwa rejeki 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 rejekinya masing-masing. Jadi pada dasarnya tidak akan tertukar dan tidak mungkin lari kemana-mana. Jika hal tersebut bukan rejeki, sekuat apapun kita mengusahakannya, kita tidak akan mendapatkannya. Begitupun sebaliknya jika

⁹¹Wawancara dengan H. Agus, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

memang sudah menjadi rejeki kita, maka akan datang dengan sendirinya. Manusia hanya bertugas berikhtiar menjemput rejeki dengan sebaik-baiknya. Melakukan usaha tanpa harus melanggar norma yang ada serta jangan pernah takut akan kekurangan rejeki atau kehilangan rejeki hanya karena anggapan bahwa diambil oleh pihak lain.

Hal ini sebagai mana firman Allah swt., dalam Q.S Al-Mulk/67: 15:

النُّشُورُ وَإِلَيْهِ رَزَقُهُ مِنْ وُكُلُوا مَنَاكِهَهَا فِي فَا مَشُوا ذُلُولاَ الْأَرْضَ لَكُمْ جَعَلَ الَّذِي هُوَ

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.⁹²

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 gerupa 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 terimakasih. Sebaliknya pedagang yang memberikan pelayanan kepada pembeli secara cuma-cuma tidak menempatkan pembeli sebagai raja, dan menganggap

⁹² Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 823.

sebaliknya, yaitu pembeli yang membutuhkan pedagang, maka pedagang yang seperti ini akan sepi pembeli.

4.2.4.1 Berdasarkan hasil wawancara dengan Ismail salah satu pengusaha kayu di

Awerange menyatakan bahwa:

“Tidak jauh beda dengan penjual lainnya disini. Kami menjual sebagaimana penjual lainnya. Tentang masalah persaingan bisnis tidak jadi masalah, karena walaupun kami semua berjualan yang sama tapi rejeki sudah ada yang mengatur.”⁹³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat melihat pada usaha penjualan kayu di Awerange, pelayanan yang diberikan kepada pembeli mayoritas sudah baik, terbukti dengan pelayanan yang diberikan kepada pembeli.

4.2.4.2 Berdasarkan hasil wawancara dengan Sahrul salah satu pengusaha kayu di

Awerange menyatakan bahwa:

“Kalau ditempat kami, kami menjelaskan bagaimana kayu yang kami miliki, kami menjelaskan semuanya kepada pembeli.”⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, bentuk pelayanan yang diberikan adalah dengan memberikan penjelasan kepada pembeli. Hal ini dimaksudkan agar pembeli mengerti dengan berbagai macam jenis kayu yang ada.

4.2.4.3 Berdasarkan hasil wawancara dengan Muh. Syahril fatta salah satu pengusaha

kayu di Awerange menyatakan bahwa:

⁹³Wawancara dengan Ismail, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

⁹⁴Wawancara dengan Sahrul, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

“Tentu saja harus ramah, karena intinya di awal itu penjual harus ramah sama pembeli. Kalau tidak ramah, bisa jadi pembeli tidak akan kembali. Baru setelah itu, kami bertanya seperti apa yang diinginkan pembeli.”⁹⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, bentuk pelayanan yang diberikan adalah dengan mengedepankan sikap keramahan. Hal ini dimaksudkan agar pembeli merasa nyaman, setelah itu penjual menanyakan kayu seperti apa yang diinginkan oleh pembeli.

Dari hasil pengamatan meskipun pelayanan yang diberikan berbeda, akan tetapi mera 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.

Berdasarkan hal tersebut, menulis 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 menaruh kepercayaan pada banyak pembeli untuk membeli. Hal ini berdasarkan firman Allah swt., dalam Q.S. Ali Imran/03: 159:

⁹⁵Wawancara dengan Muh. Syahril fatta, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

فَاعْفُ حَوْلَكَ مِنْ لَّا نَفْضُوا الْقَلْبَ غَلِيظًا فَظًّا كُنْتَ وَلَوْ لَهُمْ لِنْتَ اللَّهُ مِنْ رَحْمَةٍ فِيمَا
 تُتَوَكَّلِينَ تَحِبُّ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ فَتَوَكَّلْ عَزَمْتَ فَإِذَا الْأَمْرُ فِي وَشَاوَرَهُمْ هُمْ وَأَسْتَغْفِرَ عَنْهُمْ
 ۞

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. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.⁹⁶

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa jika mukmin bersikap keras, tidak peduli terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesama merupakan suatu yang anjuran waiib bagi mukmin.⁹⁷ Para pengusaha kayu di Awerange 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.

4.3 Penerepan etika bisnis Islam pada pengusaha kayu di Awerange Kab. Barru

Penerepan etika bisnis Islam oleh pengusaha kayu di Awerange haruslah sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah diterapkan dalam etika bisnis. prinsip-prinsip yang seharusnya diterapkan oleh pengusaha kayu adalah prinsip tauhid (kesatuan/unity);

⁹⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 90.

⁹⁷ Muhammad, *Metodologi Penelitian Pemikiran Islam* (Yogyakarta: EKONOSIA, 2004), h. 90.

prinsip keseimbangan (keadilan/*equilibrium*); prinsip kehendak bebas; prinsip pertanggungjawaban (*responsibility*) dan prinsip kebenaran.

Persaingan sering dikonotasikan negatif karena dianggap mementingkan kepentingan sendiri. Walaupun pada kenyataannya seorang manusia, apakah ada kapasitasnya sebagai individual maupun 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 independent sebagai jawaban terhadap upaya dalam segi keuntungan untuk menarik pembeli agar mencapai untung.⁹⁸

Para pengusaha kayu di Awerange melakukan pelayanan yang baik sesuai dengan ajaran Islam yaitu dengan memberika pelayanan dengan menggunakan cara semestinya seperti tidak menggunakan cara semestinya seperti tidak menggunakan barang-barang yang dilarang Islam dan cara yang dilarang oleh Islam.

Dalam Islam dibolehkan 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 religius.

⁹⁸Ningrum 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, tempat, barang dagangan/produk serta pelayanan. Prinsip-prinsip yang harus ditetapkan adalah sebagai berikut:

4.3.1 Prinsip Tauhid (kesatuan/*unity*)

Prinsip ini merupakan prinsip pokok dari segala sesuatu karena di dalamnya terkandung perpaduan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan lain sebagainya menjadi satu.⁹⁹ Di Awerange para pengusaha mengartikan prinsip ketauhidan sebagai semua yang dilakukan dalam melakukan usaha adalah dijalankan karena Allah swt., semata. Setiap transaksi penjualan yang dilakukan pengusaha kayu di Awerange semata-mata karena Allah swt., contohnya ketika mengambil keuntungan dari sebuah kayu yang dijual, mereka tidak mengambil untung yang terlalu banyak. Seperti salah satu wawancara dengan pengusaha kayu:

Berdasarkan hasil wawancara dengan H. Agus salah satu pengusaha kayu di Awerange menyatakan bahwa:

“Masalah untung dalam penjualan kami tidak terlalu mengambil keuntungan, karena perbedaan harga kayu pasti mempengaruhi harga jualnya. Kalau mengambil untung banyak nanti pembeli tidak akan datang lagi, karena banyak yang menjual disini.”¹⁰⁰

⁹⁹Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 133.

¹⁰⁰Wawancara dengan H. Agus, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa setiap transaksi penjualan yang dilakukan pengusaha kayu di Awerange semata-mata karena Allah SWT, contohnya ketika mengambil keuntungan dari sebuah kayu yang dijual, mereka mereka tidak mengambil untung yang terlalu banyak.

Hal ini sejalan dengan firman Allah swt dalam Q.S At Taubah/09: 105:

وَالشَّهَادَةَ الْغَيْبِ عَلِمَ إِلَىٰ وَسْتَرْدُونَ وَالْمُؤْمِنُونَ وَرَسُولُهُ عَمَلِكُمْ اللَّهُ فَسَيَرَىٰ أَعْمَلُوا وَقَلِ
تَعْمَلُونَ كُنْتُمْ بِمَا فِينَا كُمْ

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."¹⁰¹

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa Allah mengetahui segala hal yang dikerjakan oleh umatnya. Selain itu, hal lain yang menunjukkan sikap dan ketauhidan para pengusaha kayu adalah ketika kumandang adzan dhuhur, banyak para pengusaha kayu menyempatkan shalat berjamaah. Dari pendorong persaingan bisnis para pengusaha kayu di Awerange, yang sejalan dengan prinsip ketauhidan adalah ancaman pedatang 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*)

¹⁰¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 273.

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.¹⁰² Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan salah satu pengusaha kayu tersebut:

Berdasarkan hasil wawancara dengan H. Mursalim salah satu pengusaha kayu di Awerange menyatakan bahwa:

“Disini walaupun kami menjual kayu yang sama, kami tetap menjaga hubungan baik. Bahkan banyak keluarga saya yang juga memiliki usaha yang sama. Yang terpenting adalah kita memahami bahwa rejeki itu sudah ada yang mengatur.”¹⁰³

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, diperoleh bahwa para pengusaha kayu di Awerange mengartikan prinsip keseimbangan adalah menyeimbangkan segala bentuk kegiatan bisnisnya, misalnya adalah seimbang ketika menentukan harga, tidak mengambil banyak sekali keuntungan tetapi menyesuaikan kepada modal produksi serta tergantung pada kualitas dan jenis kayu, sehingga yang dibayar oleh pembeli sesuai dengan yang diperolehnya.

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

¹⁰²Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), h. 55

¹⁰³Wawancara dengan H. Mursalim, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

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 pengusaha kayu di Awerange mengartikan kehendak bebas adalah persaingan bebas, dan tidak ada intervensi antar pedagang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Muh. Rijal salah satu pengusaha kayu di Awerange menyatakan bahwa:

“Tidak ada potongan harga, kami menjual sesuai dengan harga normal. Setiap kayu berbeda tergantung pada jenis kayunya.”¹⁰⁴

Berdasarkan wawancara tersebut, penulis melihat bahwa dalam hal penetapan harga yang adil, harga yang ditetapkan oleh pemerintah dan pasokan. Akan tetapi pada dasarnya mereka tidak pernah melakukan penurunan harga secara drastis dan lebih murah dibandingkan pengusaha lainnya. Karena pada prinsipnya mereka mengatakan bahwa harga tetap sesuai dengan berapa biaya produksi yang digunakan.

4.3.4 Prinsip Pertanggungjawaban (*responsibility*)

Untuk memenuhi segala bentuk kesatuan dan juga keadilan, maka manusia harus bertanggungjawab atas semua perilaku yang telah diperbuatnya. Dan dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pengusaha lakukan, baik itu

¹⁰⁴Wawancara dengan Muh. Rijal, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi, menjual barang, melakukan jual-beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya. Para pengusaha kayu di Awerange mengartikan prinsip pertanggungjawaban adalah para pengusaha dapat mempertanggung jawabkan segala aktivitasnya, mulai dari jenis kayu, dan transaksi-transaksi lainnya dalam kegiatan sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sahrul salah satu pengusaha kayu di Awerange menyatakan bahwa:

“Jenis kayu yang saya jual harganya sesuai dengan kualitasnya, karena saya tidak akan menjual kayu yang memiliki kualitas buruk dengan harga yang tinggi karena akan berpengaruh kepada penilaian pembeli.”¹⁰⁵

Melalui salah satu wawancara dengan pengusaha kayu tersebut, dapat diketahui bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan para pengusaha.

4.3.5 Prinsip Kebenaran

Prinsip ini disamping memberi pengertian benar lawan dari salah, merupakan prinsip yang mengandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Jujur dan lemah lembut. Kejujuran, ketulusan, dan kepedulian kepada sesama adalah pelajaran mendasar yang diajarkan kepada kaum muslimin melalui syari'ah dan relatif lebih banyak penekanan pada transaksi bisnis. Jujur adalah merupakan sikap yang sangat urgen dalam hal bisnis dan merupakan sikap yang mendasar dan harus ada dalam kegiatan bisnis.

Sikap jujur merupakan sikap yang muncul dari dalam hati, karena kejujuran merupakan sikap yang baik terutama bagi pelaku bisnis dan pada hakikatnya. Lawan

¹⁰⁵Wawancara dengan Sahrul, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

dari sifat jujur adalah menipu (curang) yaitu menonjolkan barang tetapi menyembunyikan cacatnya, hal semacam ini sering terjadi pada pedagang yang biasa menawarkan barang dagangannya kepada pembeli agar barang dagangannya terkesan bagus padahal terdapat cacat padanya.

4.3.5.1 Berdasarkan hasil wawancara dengan H. Agus salah satu pengusaha kayu di

Awerange menyatakan bahwa:

“Kalau kebanyakan penjual memiliki kayu yang berasal dari Kalimantan, saya disini menjual kayu yang berasal dari Kendari. Jadi saya menjelaskan spesifikasinya kayu dari Kendari seperti ini, apa bedanya dengan jenis kayu dari tempat lain.”¹⁰⁶

Berdasarkan wawancara tersebut, pada unsur kebenaran pengusaha kayu menjelaskan jenis kayu yang dimiliki kepada pembeli. Mulai dari penjelasan mengenai spesifikasi kayu serta perbedaannya dengan tempat lain.

4.3.5.2 Berdasarkan hasil wawancara dengan Muh. Rijal salah satu pengusaha kayu

di Awerange menyatakan bahwa:

“Kayu yang dijual ditempat saya asalnya dari Kendari, ada juga dari Kalimantan tapi lebih banyak yang dari Kendari. Memang beda-beda kualitasnya tapi kan tergantung pembelinya juga. Pembeli juga beda-beda, ada yang lebih suka kayu yang dari Kendari ada juga yang lebih suka dari Kalimantan. Jadi, saya menjelaskan kalau kayu dari Kalimantan seperti ini dan dari Kendari seperti ini.”¹⁰⁷

Berdasarkan hasil penelitian penulis dengan beberapa pemilik usaha kayu di Awerange, dominan melakukan penjelasan terhadap setiap jenis kayu yang dijual.

¹⁰⁶Wawancara dengan H. Agus, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

¹⁰⁷Wawancara dengan Muh. Rijal, Pengusaha Kayu di Awerange, pada tanggal 10 Oktober 2017.

Selanjutnya berdasarkan prinsipnya para pengusaha kayu harus menjunjung tinggi nilai kebenaran dalam hal ini adalah kejujuran, maka wajib bagi mereka menjelaskan apa kekurangan dari barang yang dijualnya, agar pembeli tidak kecewa atau sakit hati setelah membeli barang yang dijual.¹⁰⁸ Berdasarkan hasil wawancara diatas, peneliti dapat melihat bahwa adanya penerapan prinsip kebenaran yang dilakukan oleh pihak pengusaha kayu di Awerange, Kab. Barru.



¹⁰⁸Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2001), h. 142.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

- 5.1.1 Persaingan mengenai produk para pengusaha kayu di Awerange dalam melakukan usahanya, mereka memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki. Persaingan terkait harga yang terjadi pada pengusaha kayu di Awerange adalah hal yang wajar terjadi, akan tetapi penentuan harga mereka tergantung pada kualitas kayu yang ada karena kayu yang mereka tawarkan berbeda dan biaya produksinya pun berbeda. Persaingan terkait tempat pada para pengusaha kayu tidak terjadi, karena ada dasarnya mereka mengatakan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur.
- 5.1.2 Persaingan yang terjadi pada pengusaha di Awerange sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang ada hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yang telah diterapkan oleh pengusaha kayu di Awerange. Hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggung jawaban, dan prinsip keadilan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan pada pengusaha kayu di Awerange adalah sebagai berikut:

- 5.2.1 Bagi para pengusaha kayu 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 sehat.
- 5.2.2 Untuk penulis sendiri semoga skripsi yang penulis tulis dapat menjadikan khazanah keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait ekonomi Islam.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Dudung. 2003. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta.
- Ahmad, Buchari dan Donni Juni Priansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Ahmad, Hasan Ridwan. *Etika Bisnis Islami*, dalam <http://www.etikabisnisdalamIslam.info.html>.
- Ahmad, Mustaq. 2001. *Business Ethics in Islamic*. Pustaka, Al-kausar.
- Aifin, Zainul. 2002. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Bhratara Karya Aksarw.
- Ali, Zainuddin. 2011. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Alma, Buchari. 2012. *Pengantar Bisnis*. Bandung: alvabeta.
- Azwar, Saifuddin. 2000. *Metode Penelitian*. Cet, Ke-2; Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Bakker, Anton dan Achmad Charris Zubair. *Metodologi Penelitian Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bishri, Dahlan. 2005. *Keadilan Sosial dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Paramedia.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Penelitian Kualitatif: Ancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora*. Cet I; Bandung: CV Pustaka Setia.
- Djakfar, Muhammad. 2007. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Djuwaini, Dimyauddin. 2008. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Cet.I, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- E. Porter, Mihael. *Strategi Bersaing*. Terj. Sigit Suryanto. Jakarta: Karisma.
- Fanani, Ahwan. 2005. *Gagasan Keadilan Dalam Hukum Islam*. Semarang: Wahana Akademika.

- Harahap, M. Yahya. 1986. *Segi-segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Alumni.
- Hoetomo.2005. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: MitraPelajar.
- Husain, Elidar. 2005. *Konsep Keadilan Dalam Al-Qur'an*. Jakarta : Paramedia.
- Jabir Al-Alwani, Taha. 2005. *Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ak Group.
- Kasmir. 2007. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT: Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Agama Republik Indonesia.*Al-Quran dan Terjemahan*.
- Keraf,Sony. 1999. *Etika Tuntutan dan Relevansinya*.Jakarta:Kannisius.
- Kontjaraningrat. 1981. *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Mardalis. 2004. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Cet. 7; Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad Saman. 2010.*Persaingan Industri PT. Pancatana Centralindo (Perspektif Etika Bisnis dalam Islam)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Muhammad. 2004. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE, Cet:I.
- Mujahidin, Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Natadiwirya, Muhandis. 2007. *Etika Bisnis Islami*. Jakarta: Granada Press.
- Natasya, Ningrum Sirait. 2004. *Hukum Persaingan di Indonesia*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Nilasari , Irma dan Sri Wiludjeng. 2006. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Novita Sa'adatul Hidayah. 2015.*Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggan Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*. Skripsi Sarjana: UIN Walisongo.
- Nur Syamsiyah, “Keadilan dalam Islam” dalam http://www.keadilan_dalam_Islam.Info.html.

- P3E1 (Munrokhim Misanam, Priyonggo Suseno, dan M. Bhekti Hendrieanto). 2009. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Salam, Buharnuddin. 1994. *Etika Sosial*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Simorangkir, O.P. 2003. *Etika: Bisnis, Jabatan, dan Perbankan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soemitro, Ronni Hanitijo. 1985. *Metodelogi Penelitian Hukum*. Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Solihin, Ismail. 2006. *Pengantar Bisnis Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*. Jakarta: Kencana.
- Subagyo, Joko. 2004. *Metode Penelitian dalam Teori dan Prektek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Subandi,Bambang. 2000. *Bisnis Sebagai Strategi Islam*. Surabaya: Paramedia.
- Sugiyono, 2002. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan John Shuprihanto. 1995. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Liberty.
- Suwardi, Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Indah.
- Suyanton, Bagong dan Sutinah. 2007. *Metode Penelitian Sosial*. Ed.I, Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Swasta, Basu Ibnu, Sujojto. 2000. *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta.
- Syafe'I, Rachmat. 2001. *Fiqh Muamalah*. cet 1. Bandung: Pustaka Setia.
- Syafi'I Antonio, Muhammad. 2001. *Bank Syariah dari teori ke praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Umar, Husein. 2000. *Business an Introduction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, Husaini & Purnomo Setiadi Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Cet I; Jakarta, Bumi Aksara.
- Widjaja, Gunawan. 1999. *Merger dalam Persfektif Monopoli*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.

Yusanto, Ismail, M. Karebat Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.

Fauzzan dan Ida Nuryana, “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis terhadap Kepuasan Pelanggan”. <http://www.jurnal-doc.com/jurnal/kumpulan-jurnal-etika-bisnis-pdf/>

Hanie Kurniawati, “Literatur Review: Pentingkah Etika Bisnis Bagi Perusahaan?”. www.academia.edu/10025610/JURNAL_ETIKA_BISNIS

m.hukumonline.com/pusatdata/detail/104/nprt/36/uu-no-5-tahun-1999-larangan-praktek-monopoli-dan-persaingan-usaha-tidak-sehat



LAMPIRAN-LAMPIRAN



KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : HASARUDDIN, S.Pd .
Jabatan : SEKDES BATUPUTE

Menerangkan bahwa

Nama : Ayudiah Reski Utami
Nim : 13.2200.081
Pekerjaan : Mahasiswa
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Muamalah

Benar bahwa telah mengadakan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Kayu Di Awerange Kab. Barru"

Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Parepare, 10 Oktober 2017,

Yang diwawancarai



HASARUDDIN, S.Pd

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : H. Mursalin
Tempat/tanggal lahir : Ujung, 04 - 10 - 1968
Agama : Islam
Pekerjaan : Wiraswasta / UD PUTRA KEMBAR

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Ayudiah Reski Utami** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Kayu Di Awerange Kab. Barru".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE

Parepare, 10 Oktober 2017

Yang diwawancarai


H. MURSALIM

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : H. RUSDIANSYAH
Tempat/tanggal lahir : PALU 05-05-1973
Agama : ISLAM
Pekerjaan : WIRASWASTA / UD. RAHMA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Ayudiah Reski Utami** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Kayu Di Awerange Kab. Barru".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,.....

Yang diwawancarai


.....
H. RUSDIANSYAH

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : ISMAIL
Tempat/tanggal lahir : UJUNGE 9-9-1981
Agama : ISLAM.
Pekerjaan : WIRASWASTA / UD. PARU MANGENRE

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Ayudiah Reski Utami** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Kayu Di Awerange Kab. Barru".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 oktober 2017

Yang diwawancarai

ISMAIL



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE**

Alamat : JL. Amal Bhakti No. 08 Soreang Kota Parepare ☎ (0421)21307 📠 (0421) 24404
Website : www.stainparepare.ac.id Email: email.stainparepare.ac.id

Nomor : B /Sti.08/PP.00.9/09/2017
Lampiran : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Daerah KAB. BARRU
Cq. Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja
di
KAB. BARRU

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE :

Nama : AYUDIAH RESKI UTAMI
Tempat/Tgl. Lahir : UJUNGE, 31 Agustus 1994
NIM : 13.2200.081
Jurusan / Program Studi : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Muamalah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : BATUPUTE, KEC. SOPPENG RIAJA, KAB. BARRU

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KAB. BARRU** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN USAHA KAYU DI AWERANGE KAB. BARRU"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **September** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

September 2017

A.n Ketua

Wakil Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL)



Muhammad Djunaidi



PEMERINTAH KABUPATEN BARRU
DINAS PENANAMAN MODAL, PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
DAN TENAGA KERJA

Jl. Sultan Hasanuddin No. 42 Telepon (0427) 21662, Fax (0427) 21410 Kode Pos 90711

Barru, 11 September 2017

Nomor : 0606/18/BR/IX/2017/DPMPSTPK
Tempat : -
Perihal : Izin/Rekomendasi Penelitian

Kepada
Yth. Kepala Desa Batu Pute
di -
Tempat

Berdasarkan Surat Kementerian Agama Republik Indonesia (STAIN) Pare-Pare Nomor : B/2268/Sti.08/PP.00.9/09/2017 tanggal 05 September 2017 perihal tersebut di atas, maka / Mahasiswa / Peneliti / Dosen / Pegawai di bawah ini :

N a m a : AYUDIAH RESKI UTAMI
Nomor Pokok : 13 2200 081
Program Study : Syari'ah dan Ekonomi Islam/Muamalah
Pekerjaan : Mahasiswa S1
A l a m a t : Batu Pute Kec. Soppeng Riaja Kab. Barru

Diberikan izin untuk melakukan Penelitian/Pengambilan Data di Wilayah/Kantor Saudara yang berlangsung mulai tanggal **11 September 2017 s/d 11 Oktober 2017** dalam rangka Penyusunan Skripsi, dengan judul :

ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN USAHA KAYU DI
AWERANGE KAB. BARRU

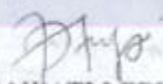
Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Kepala SKPD (Unit Kerja) / Camat, apabila kegiatan dilaksanakan di SKPD (Unit Kerja) / Kecamatan setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari Izin yang diberikan;
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) eksemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Barru Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu Dan Tenaga Kerja Kabupaten Barru;
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Untuk terlaksananya tugas penelitian tersebut dengan baik dan lancar, diminta kepada Saudara untuk memberikan bantuan fasilitasi seperlunya.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan dipergunakan seperlunya.

n.n. Kepala Dinas
Kabid. Penyelenggaraan Pelayanan
Perizinan,


FATMAWATI LEBU, SE
Pangkat : Pembina, IV/a
NIP. 19720910 199803 2 008

EMBUSAN : disampaikan Kepada Yth.
Bupati Barru (Sebagai Laporan);
Kepala Bappeda Kab. Barru;
Camat Soppeng Riaja;
Wakil Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL);
Mahasiswa yang bersangkutan;
Pertinggal.



PEMERINTAH KABUPATEN BARRU
KECAMATAN SOPPENG RIAJA
DESA BATUPUTE

SURAT KETERANGAN

No.: 43 /SK/DB/ VII /2018

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : HASARUDDIN, S.Sos
N I P : 19690308 200701 1 033
Jabatan : Sekretaris Desa Batupute

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

N a m a : AYUDIAH RESKI UTAMI
N I M : 13.2200.081
U m u r : 23 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswi
Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam/Muamalah
Fakultas : Syari'ah STAIN Parepare

Benar yang tersebut namanya di atas telah selesai mengadakan kegiatan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "*Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Kayu di Awerange Kab. Barru*" di Desa Batupute Kec.Soppeng Riaja Kab.Barru, pada tanggal 19 Juli 2018.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batupute, 19 Juli 2018
An/Kepala Desa Batupute
D E S A
BATU PUTE
K E C S O P P E N G R I A J A
K A B B A R R U
HASARUDDIN, S.Sos
NIP. 19690308 200701 1 033

DOKUMENTASI

Wawancara dengan bapak H. Mursalim salah satu pengusaha kayu di Awerange



Wawancara dengan bapak Muh. Syahril Fatta salah satu pengusaha kayu di Awerange



Wawancara dengan bapak Ismail salah satu pengusaha kayu di Awerange



Wawancara dengan bapak Sahrul salah satu pengusaha kayu di Awerange



Wawancara dengan bapak H. Agus salah satu pengusaha kayu di Awerange



Wawancara dengan bapak Muh. Rijal salah satu pengusaha kayu di Awerange



Wawancara dengan bapak Hasaruddin, S.Sos sekretaris desa Batupute



RIWAYAT HIDUP



Ayudiah reski utami, lahir di Ujunge pada tanggal 31 Agustus 1994. Merupakan anak dari pasangan Bapak H. Mursalim dan Ibu Hj. Asriani. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2007 lulus dari SDN Ajakkang Ujunge. Kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 1 Soppeng Riaja dan lulus pada tahun 2010. Lanjut ke SMK Negeri 1 Parepare, dan lulus pada tahun 2013. Setelah itu, penulis kuliah di STAIN Parepare jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Muamalah. Pada semester akhir yaitu 2018, penulis telah menyelesaikan skripsinya yang berjudul *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Kayu Di Awerange Kab. Barru*.