

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Umum Mengenai Keberlangsungan Usaha

Perkembangan usaha berdampak pada tumbuhnya pengusaha baru. Semakin banyak pemilik usaha maka persaingan antar pelaku usaha semakin ketat. Persaingan usaha yang terjadi bukan hanya persaingan antar pasar di dalam negeri, namun juga pasar global, menuntut pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan produk yang beragam sekaligus efisien.⁵

Keberlangsungan usaha adalah kemampuan suatu sistem untuk mempertahankan tingkat produksinya yang dibantu oleh alam dalam kurun waktu jangka panjang. Keberlangsungan usaha terdiri dari dua indikator yaitu, strategi promosi dan strategi kepuasan konsumen.

1. Strategi Promosi

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.

⁵ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 1-2

2. Strategi Kepuasan Konsumen

Strategi kepuasan konsumen menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut konsumen suatu perusahaan. Yang diperhatikan adalah bahwa strategi kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia.

Setiap pengusaha menginginkan ketenangan pikiran dan kelangsungan usaha. Hal ini dapat dicapai apabila lingkungan bisnis menerima dan mendukung keberadaan bisnis tersebut. Keberadaan usaha yang dapat diterima oleh lingkungan biasanya dapat memberikan manfaat bagi seluruh komponen masyarakat sekitar.⁶

Kelangsungan usaha, maksudnya adalah usaha yang dijalankan untuk jangka waktu yang panjang, bukan hanya sementara. Pemiliknya berharap bisnis yang didirikan akan terus eksis untuk waktu yang lama.⁷ Adapun kelangsungan hidup usaha kecil, ini merupakan kelemahan karena dalam kebanyakan kasus kelangsungan hidup atau umur usaha relatif pendek, meskipun ada yang sampai beberapa turunan. Hal ini disebabkan kepemimpinan pemilik sulit untuk diwariskan kepada keluarga, sehingga mengakibatkan kelangkaan sehingga perusahaan tidak dapat bertahan. Hal ini disebabkan juga akibat pemiliknya meninggal dunia sulit untuk

⁶ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 25

⁷ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 28

mencari penggantinya.⁸ Hal tersebut sering terjadi dalam usaha kecil yang dikelola individu atau sebuah rumah tangga dalam keterbatasan mempertahankan kelangsungan usaha.

Dalam kamus Bahasa Indonesia lengkap, diartikan sebagai suatu bentuk kata kerja yang menggambarkan keadaan atau keadaan yang bertahan, dan proses yang terjadi dan pada akhirnya mengarah pada adanya atau kegigihan keadaan tersebut. Menurut Handayani, kelangsungan usaha adalah bentuk konsistensi dari suatu usaha, di mana keberlanjutan adalah proses bisnis yang berkelanjutan yang mencakup pertumbuhan, pengembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan bisnis, dan pengembangan bisnis, yang semuanya mengarah pada keberlanjutan dan eksistensi (ketahanan) usaha.

Islam mengajarkan bahwa semua proses yang dilakukan untuk menjamin keberlangsungan usaha harus sesuai dengan hukum syariat (al-Qur'an dan al-Sunnah). Menurut Najma, sebelum mewujudkan kelangsungan usaha perdagangan Islam, ada dimensi dalam menjaga nilai spritual dalam segala aspek, yaitu: rahmatan lil alamin (memberi rahmat bagi seluruh alam), yang memberikan sesuatu untuk kemajuan peradaban dunia, serta bermuara pada mencari ridha Allah swt. Nilai-nilai di dalam prinsip syariah menjadi semacam spirit (ruh) dalam setiap perilaku dan transaksi bisnis yang terjadi dalam proses mewujudkan keberlangsungan usaha. Faktor berkah dan mencari ridha Allah swt. merupakan hal yang

⁸ *Ibid.*, hlm. 31

penting untuk tercapainya kelangsungan usaha dalam suatu perusahaan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, karena prinsip-prinsip tersebut dapat dijadikan sebagai dasar untuk menyesuaikan perusahaan agar tetap berada dalam koridor syariat Islam.

Handayani mengungkapkan bahwa ada beberapa jenis kelangsungan usaha, yaitu keberlanjutan permodalan, keberlanjutan sumber daya manusia, keberlanjutan produksi, dan keberlanjutan pemasaran, yang mengandalkan tiga kata kunci yang tersirat untuk mendefinisikan kelangsungan usaha yaitu untuk memenuhi kebutuhan, mengembangkan sumber daya, dan melindungi sumber daya.⁹

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kelangsungan usaha adalah keadaan suatu perusahaan yang masih beroperasi atau sedang berjalan untuk waktu yang tidak ditentukan sejak didirikan sampai dengan saat ini dan yang dapat mempertahankan operasi perusahaan dengan produk yang dihasilkan.

B. Kajian Umum Mengenai Persaingan

1. Pengertian Pengusaha

Menurut bahasa, pengusaha adalah orang yang menjalankan bagian usaha. Sedangkan menurut istilah seorang pengusaha adalah seseorang yang dapat mengendalikan suatu perusahaan berupa organisasi baik besar maupun kecil yang berperan dalam perencanaan,

⁹ Abdus Sami dan Muhammad Nafik HR, Pencapaian Dampak Shadaqah Pada Keberlangsungan Usaha (Studi Kasus: Testimoni 4 Pengusaha Muslim di Surabaya), *Jurnal JESTT*, Vol.1, No.3, Maret 2014, hlm. 215-216

menerapkan, dan mengendalikan organisasi atau bidang usaha tertentu.¹⁰ Seorang pengusaha juga harus merencanakan sistem organisasi aturan yang dinamis dan terintegrasi, yang dikoordinasikan melalui penerapan standar dan dalam lingkungan kerja yang sesuai dan mendukung. Selain itu, seorang pengusaha harus siap mendidik dan melatih pekerja agar dapat melaksanakan tugasnya sesuai dengan cara memperoleh pengetahuan yang baku.¹¹

Dapat disimpulkan bahwa pengusaha adalah orang yang mempekerjakan orang untuk dirinya dengan memberikan upah sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

2. Pengertian Persaingan Usaha

Munculnya pesaing dalam suatu pemasaran biasanya dapat menyebabkan penurunan volume penjualan perusahaan karena konsumen memiliki lebih banyak pilihan, baik dari segi kualitas produk maupun harga. Namun, jika perusahaan dapat mengembangkan kebijakan pemasaran yang memadai, persaingan akan berdampak kecil pada volume penjualan. Persaingan berasal dari kata dasar “saing” yang berarti berlomba atau (mengatasi, dahulu mendahului), dengan kata lain yakni usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang

¹⁰ M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2013), hlm. 239

¹¹ Aime Heene, dkk, *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2010), hlm. 13

perdagangan, produksi, dan pertahanan.¹² Dalam persaingan, kita mengenal istilah “pesaing” yaitu perusahaan yang memproduksi atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita sediakan. Pesaing perusahaan dapat dibagi menjadi pesaing kuat dan pesaing yang lemah, atau dekat dengan pesaing. Orang yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang serupa.¹³

Islam sebagai satu-satunya standar hidup, memiliki aturan yang rinci untuk menghindari masalah yang disebabkan oleh praktik persaingan yang tidak sehat. Tiga unsur yang perlu diperhatikan dalam persaingan usaha adalah:

a. Pihak-pihak yang bersaing

Manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim, tujuan berbisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Harta yang diperolehnya adalah rizki yang diberikan Allah swt. tugas manusia adalah berusaha melakukan yang terbaik, dan salah satunya adalah berbisnis. Tidak ada anggapan rizki yang diberikan Allah swt. akan diambil oleh pesaing. Karena Allah swt. telah mengatur hak masing-masing sesuai usahanya sendiri. Keyakinan ini menjadi dasar sikap dapat diandalkan orang setelah melakukan yang terbaik.

¹² Andini T. Nirmala dan Aditya A. Pratama, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Prima Media, 2002), hlm. 382

¹³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 279

b. Segi cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, maka berbisnis tidak bisa dipisahkan dari hukum yang mengatur muamalah. Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pesaing. Rasulullah saw. mencontohkan bagaimana bersaing dengan baik. Dalam berdagang, Rasul saw. tidak pernah berusaha menghancurkan pesaingnya, beliau selalu memberikan pelayanan yang terbaik, namun beliau tidak menghalalkan segala cara.

c. Hal-hal yang dipersaingkan dalam persaingan usaha

Globalisasi merupakan sesuatu yang harus dihadapi. Untuk mengatasi masalah tersebut diperlukan keunggulan atau daya saing untuk memenangkan suatu persaingan usaha, antara lain:¹⁴

1) Produk

Produk yang akan dijual kualitasnya harus bisa bersaing dengan baik. Untuk produk barang, misalnya dalam bentuk seperti mutu, ciri, dan desain. Kualitas produk menunjukkan kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, karakteristik produk adalah sarana kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaing, sedangkan desain dapat menambah kegunaan atau kinerja produk serta propertinya.¹⁵

¹⁴ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), hlm. 44

¹⁵ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk dapat berupa barang (benda berwujud) seperti genteng, batu bata, kerikil, dan lain-lain; dan jasa (tidak berwujud) seperti jasa restoran, jasa telekomunikasi, jasa transportasi udara, dan jasa lainnya.

Produk usaha bisnis yang kompetitif, termasuk barang dan jasa, harus halal dan spesifikasinya harus memenuhi harapan konsumen untuk menghindari penipuan, jaminan kualitas, dan bersaing.

2) Harga

Jika harga produk sangat mahal, tidak mungkin memenangkan persaingan. Harga barang atau jasa saat berkomunikasi dengan para pelaku bisnis, terutama bagi para pengusaha yang baru saja terjun ke dunia bisnis. Penetapan harga dan persaingan harga dianggap sebagai tantangan terbesar yang dihadapi perusahaan. Penting untuk memahami harga dan tawaran pesaing untuk menentukan harga dan tanggapannya terhadap keputusan harga.¹⁶ Penentuan harga sangat penting untuk diperhatikan karena harga merupakan salah satu penyebab perilaku produk yang ditawarkan. Kesalahan dalam menentukan harga berakibat fatal terhadap

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 58

produk yang ditawarkan dan menyebabkan produk tersebut tidak laku di pasaran.

Seorang pengusaha harus mampu menghasilkan produk atau jasa yang murah agar strategi penetapan harganya tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan produk atau jasa pesaing. Selain itu jika memungkinkan dapat menambahkan produk atau layanan dengan nilai lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang kompetitif. Oleh karena itu, produk atau layanan memiliki keunggulan dari segi harga dan nilai. Pelanggan yang sensitif terhadap harga, biasanya selisih harga Rp. 1000 rupiah saja dengan produk atau jasa pesaing akan menjadi pertimbangan dalam membeli produk yang lebih rendah harganya.

3) Tempat

Penentuan lokasi dan distribusi, serta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting karena konsumen dapat dengan mudah menjangkau setiap lokasinya. Untuk menentukan metode dan saluran distribusi yang akan digunakan untuk memasarkan produk. Strategi penjualan yang menentukan bagaimana target pasar akan dicapai. Tempat usaha harus baik, sehat, bersih, dan nyaman. Harus juga dihindarkan melengkapi tempat bisnis dengan hal-hal yang

diharamkan seperti barang-barang dianggap sakti untuk menarik pengunjung.

4) Pelayanan

Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tetapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat. Salah satu senjata yang paling ampuh yang dapat digunakan untuk membuat pembeli merasa puas adalah pelayanan yang baik. Maksudnya perbuatan atau perkataan yang dilakukan untuk menyenangkan, memberi petunjuk, atau memberi keuntungan kepada pembeli.¹⁷ Penjual harus memusatkan perhatian kepada pembeli, setiap pembeli atau langganan yang datang ke toko harus digembirakan hatinya oleh penjual, dengan cara memikat hatinya sebelum menawarkan barang.

5) Layanan Purna Jual

Layanan purna jual adalah layanan yang mengguncang pembeli. Namun, itu diberikan secara cuma-cuma atau sesuai dengan akad. Memberikan layanan kita terhadap kehendak Allah swt. selain itu, kita dapat melakukan kegiatan bekerja dengan baik dan perlu kita yakini bahwa kebahagiaan yang sebenarnya justru berada pada sikap memberi, bukan pada saat menerima pemberian.¹⁸

¹⁷ Lili M. Sadeli dan Maman Ukas, *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 63

¹⁸ Joko Suharto, *Menuju Ketenangan Jiwa*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007), hlm. 109

Disamping itu hal yang harus diperhatikan yaitu, mampu mengenali berbagai unsur dasar untuk mencapai keunggulan bersaing, diantaranya sebagai berikut:¹⁹

a. Harga atau nilai

Seorang pengusaha harus mampu menghasilkan produk atau jasa rendah biaya agar strategi penetapan harganya tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan produk atau jasa para pesaing. Selain itu, jika memungkinkan dapat menambahkan bahwa produk atau jasa tersebut memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga pesaing.

Perusahaan memperoleh keunggulan bersaing dengan memberikan nilai lebih kepada pelanggan; memperoleh harga yang lebih tinggi dari pesaing untuk memperoleh manfaat yang sama, keunikan yang dimiliki perusahaan untuk menutupi tingginya harga yang ditutupkan oleh perusahaan.

b. Menyenangkan konsumen

Keunggulan kedua yang harus diupayakan agar produk atau jasa dapat bersaing dengan para kompetitor adalah berusaha keras untuk memastikan bahwa produk atau jasa diterima oleh konsumen. Menyenangkan dalam beberapa aspek, seperti kualitas produk atau jasa yang bermutu dan memberi kepuasan. Misalnya, pelayanan yang memuaskan, komunikasi yang memuaskan, dan

¹⁹ Kasmir, *Kewirausahaan...*, hlm. 260-261

tanpa komplain atau setidaknya-tidaknya apabila dikomplain, segera ditanggapi atau tidak ditunda-tunda.

c. Pengalaman konsumen

Pengalaman baik atau buruk yang kita berikan kepada konsumen biasanya menjadi catatan penting (melekat seumur hidup). Oleh karena itu, berikan pengalaman yang paling menyenangkan atau memuaskan bagi para pemangku kepentingan, terutama pelanggan. Pengalaman baik akan dikenang sepanjang masa bahkan sering akan ditularkan kepada konsumen. Demikian juga sebaliknya, pengalaman buruk akan cepat menyebar dari mulut ke mulut baik kepada sahabat maupun tetangga dekat. Agar produk kita dapat unggul maka di samping dari sudut harga, nilai, dan menyenangkan konsumen, berikanlah pengalaman sebaik mungkin.

d. Atribut produk yang dapat dicatat

Keunggulan berikut yang harus dicapai oleh seorang pengusaha adalah seluruh produk atau jasa yang melekat di dalamnya harus dicatat. Manfaat dari catatan atribut produk atau jasa adalah agar produk atau jasa dapat ditingkatkan dari atribut yang sudah ada sebelumnya. Setidaknya, semua atribut suatu produk atau jasa dapat dihadirkan tidak hanya kepada konsumen, tetapi juga kepada karyawan atau pelayanan kita, sehingga tidak

ada rahasia, agar konsumen tidak merasa ditipu, baik secara sengaja maupun tidak disengaja.

e. Keistimewaan layanan yang unik

Jika keempat unsur tersebut telah mencapai posisi unggul, hal yang tidak kalah penting adalah bagaimana keistimewaan layanan yang unik dapat ditampilkan.

Mempertahankan keunggulan bersaing adalah cara yang harus dikejar atau diupayakan oleh setiap pengusaha. Jika suatu produk dalam posisi mengalami penurunan, maka harus diupayakan untuk dapat mencapai posisi naik kembali walaupun keunggulan bersaing tidak selalu dapat dipertahankan dalam jangka lama. Sebab, selalu ada inovasi dan kreativitas dalam setiap produk atau jasa. Jika suatu perusahaan tidak mampu berinovasi dan berkreativitas, maka akan lebih sulit mempertahankan keunggulan dibandingkan dengan perusahaan yang mampu beradaptasi dan selalu berinovasi tiada henti.²⁰

3. Dasar Hukum Persaingan Usaha

Strategi bersaing atau persaingan dalam pandangan islam dibolehkan dengan kriteria bersaing secara baik. Salah satunya dijelaskan dalam QS. Al-Mulk ayat 15:

²⁰ Basrowi, *Kewirausahaan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 127

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا
 مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Terjemahannya:

*Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.*²¹

Setelah ditegaskan bahwa Allah swt. adalah Maha luas pengetahuan-Nya, kini diuraikan kembali tentang Kuasa-Nya. Dialah Allah swt. yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi untuk melakukan aneka aktifitas yang bermanfaat, maka jelajahilah di segala penjurunya, berkelanalah ke seluruh pelosoknya, dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya yang disediakan untuk kamu, serta bersyukurlah dengan segala karunia-Nya itu. Dan karena pada akhirnya, hanya kepada-Nyalah kamu kembali setelah dibangkitkan.

Keyakinan bahwa rezeki semata-mata dari Allah swt. akan menjadi kekuatan dasar bagi seorang pebisnis muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama berbisnis, ia akan senantiasa menyandarkan segala sesuatunya hanya kepada Allah swt. semata. Bila bisnisnya mengalami kemenangan dalam persaingan, ia akan bersyukur. Sebaliknya jika sedang mengalami kegagalan dalam bersaing, ia akan bersabar. Intinya, segala

²¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid...*, hlm. 563

keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah swt. perintahkan kepadanya.

Dalam hal ini, seorang muslim akan memandang berbisnis sebagai pelaksanaan perintah Allah swt. untuk bertebaran di muka bumi dalam mencari karunia-Nya. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar memenangkan persaingan. Baginya, yang disebut dengan persaingan adalah berebut menjadi yang terbaik. Terbaik di hadapan Allah swt. yang dicapai dengan sekuat tenaga untuk tetap setia menaati setiap aturannya dalam berbisnis, sedangkan terbaik di hadapan manusia dengan menjalankan bisnis dengan produk yang bermutu, harga bersaing, dan dengan pelayanan total. Sesuai dengan firman Allah swt. dalam Q.S An-Naba' ayat 10-11:

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا ۖ وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا ۚ

Terjemahannya:

Dan Kami jadikan malam sebagai pakaian, dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan.²²

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

²² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid...*, hlm. 582

4. Persaingan Usaha dalam Islam

Persaingan dalam usaha menurut syari'at Islam bahwasannya bersaing haruslah secara sehat, adil dan jujur serta menjalin silaturahmi agar dapat mempererat ikatan persaudaraan. Jadi, kebebasan individu dalam hal persaingan dibatasi oleh kaidah-kaidah Islam dan akhlaq, atau dengan kata lain masih dikendalikan oleh aqidah, karena dengan aqidahlah seseorang bisa merefleksikan persaingan yang sesuai dengan ajaran Islam.²³ Allah swt. berfirman dalam QS. Al-Qashash ayat 77:

وَأَبْتِغِ فِي مَآءِ آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ
 مِنَ الدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ
 الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ۝

Terjemahannya:

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.²⁴

Dari pengertian di atas, bahwa dalam melakukan sesuatu hal kepada manusia haruslah dengan cara yang baik dan jangan berbuat yang tidak baik atau kerusakan, agar Allah swt. memberikan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

²³ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 125

²⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid...*, hlm. 394

C. Kajian Umum Mengenai Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

a. Etika

Istilah etika dan moral sering kali dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama.²⁵ Istilah Etika, secara teoritis dapat dibedakan dalam dua hal pengertian. Pertama, etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang artinya kebiasaan atau karakter.²⁶ Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain. Kedua, secara terminologis etika merupakan studi sistematis tentang tingkah laku konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan untuk mengaplikasikan atas apa saja. Etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.

b. Bisnis

Bisnis dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap harinya. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit atau keuntungan. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu

²⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 35

²⁶ Irham Fahmi, *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 199

lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Bisnis adalah bagian dari kegiatan ekonomi yang berarti usaha. Bagian dari kegiatan ekonomi, bisnis merupakan aspek penting dalam kehidupan yang pasti semua orang mengenalnya.²⁷ Jadi, bisnis merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan dalam produksi, menyalurkan, memasarkan barang dan jasa yang diperlukan oleh manusia, baik dengan cara berdagang maupun bentuk lain dan tidak hanya mengejar laba.

Bisnis dapat pula diartikan berdasarkan konteks organisasi atau perusahaan, yaitu usaha yang dilakukan organisasi atau perusahaan dengan menyediakan produk barang atau jasa dengan memperoleh nilai lebih. Karena perusahaan yang menyediakan produk barang atau jasa tentu dengan tujuan memperoleh laba dan selalu memperhitungkan perbedaan penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan. Maka laba disini merupakan pemicu bagi bisnis. Bagaimanapun juga pebisnis mendapat laba dari risiko yang diambil ketika menginvestasikan sumber daya mereka.²⁸

c. Islam

Islam adalah ajaran agama yang dibawa atau diajarkan oleh Nabi Muhammad saw. yang berpedoman pada kitab suci al-

²⁷ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Mengagag Bisnis Islami...*, hlm. 17

²⁸ Erni R. Ernawan, *Business Ethics*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 20

Qur'an.²⁹ Islam merupakan ajaran agama tauhid atau semua aturan berasal dari Allah swt. sebagai satu-satunya sumber kebenaran.³⁰

Jadi, Islam adalah agama yang didasarkan pada wahyu Allah swt. yang disampaikan kepada Nabi Muhammad saw. dalam bentuk ayat-ayat al-Qur'an yang menjadi pedoman bagi seluruh umat manusia.

d. Etika Bisnis Islam

Islam menyeru kepada seluruh kaum muslimin untuk membantu orang yang lemah, memberikan pinjaman kepada yang membutuhkan dan lain sebagainya. Semua itu menunjukkan bahwa hak seseorang hanyalah menurut apa yang telah diperbuatnya, ia dilarang menindas orang lain, karena menindas orang yang lemah dan meremehkan orang yang membutuhkan pertolongan adalah perbuatan-perbuatan yang tidak religius, tidak manusiawi dan melanggar norma-norma moral.

Dalam kehidupan bermualamah, Islam telah memberikan garis kebijaksanaan perekonomian yang jelas. Transaksi bisnis merupakan hal yang sangat diperhatikan dan dimuliakan oleh Islam. Perdagangan yang jujur sangat disukai oleh Allah swt., dan Allah swt. memberikan rahmat-Nya kepada orang-orang yang

²⁹ Dendy Sugono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm. 565

³⁰ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 75

berbuat demikian. Perdagangan, bisa saja dilakukan oleh individual atau perusahaan dan berbagai lembaga tertentu yang serupa.

Upaya mengantisipasi terjadi kecurangan-kecurangan dalam jual beli, baik yang berbentuk eksploitasi, pemerasan, monopoli maupun bentuk kecurangan lainnya, tidak dibenarkan oleh Islam karena hal tersebut jelas bertentangan dengan jiwa syariat Islam itu. Islam tampil memberikan segala ketentuan yang pasti dan menjauhkan berbagai pelanggaran tersebut. Semuanya dalam rangka memperlihatkan hak individu yang mesti terlindungi dan menegakkan solidaritas yang tinggi dalam masyarakat. Hal ini dimaksudkan untuk memperlihatkan kepada dunia bisnis ketinggian moral yang diajarkan Islam dan untuk menegakkan hukum-hukum Allah swt..

Bentuk nyata dari apa yang diistilahkan muamalah atau hubungan antar sesama manusia, antara lain kita kenal adalah jual beli. Jual beli merupakan salah satu kegiatan yang telah memasyarakat di kalangan umat manusia, dan agama Islam telah memberi peraturan dan dasar yang cukup jelas dan tegas. Akan tetapi mungkin sering pula terjadi kasus kenaikan harga penjualan, karena kredit.³¹

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal benar dan salah yang selanjutnya tentu

³¹ Kutbuddin Aibak, *Kajian Fiqh Kontemporer*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2017), hlm. 213-214

melakukan hal benar berkenaan dengan produk, pelayanan pelaku bisnis dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntunan pelaku bisnis. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral.³² Artinya etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan pelaku bisnis. Berdasarkan firman Allah swt. dalam QS. Al-An'am ayat 160:

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ مِثَالِهَا ^ط وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا تُجْزَىٰ إِلَّا مِثْلَهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ﴿١٦٠﴾

Terjemahannya:

Barangsiapa membawa amal yang baik, maka baginya (pahala) sepuluh kali lipat amalnya; dan barangsiapa yang membawa perbuatan jahat maka dia tidak diberi pembalasan melainkan seimbang dengan kejahatannya, sedang mereka sedikitpun tidak dianiaya (dirugikan).³³

Pada ayat ini diterangkan dengan jelas, bahwa siapa berbuat amal baik, maka Allah swt. akan memberikan pahala balasannya di hari akhirat dengan sepuluh kali lipat amalnya. Barang siapa berbuat kejahatan hanya dibalas setimpal dengan kejahatannya, sebab Allah swt. tidak akan menganiaya sedikitpun atau merugikan mereka. Yang dimaksud dengan orang yang beramal baik disini ialah orang-orang mukmin, karena amal baik orang kafir sebelum

³² Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam...*, hlm. 70

³³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid...*, hlm. 150

masuk Islam tidak akan bermanfaat bagi mereka di akhirat, seperti yang diterangkan di dalam firman Allah swt..

Berdasarkan ayat di atas dalam berniaga haruslah disertakan dengan akhlak yang baik tanpa adanya unsur penipuan didalamnya karena Allah swt. pasti akan membenci perbuatan yang tidak berdasarkan dengan syariat Islam. Tanpa adanya unsur penipuan didalamnya maka akan mendapatkan banyak keuntungan yang diperoleh. Serta, jika berniaga dari awal sudah terdapat hal yang tidak baik maka akan mendapatkan kehancuran.

2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela atau keridhoan, baik ketika untung ataupun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya. Sebagaimana dalam firman Allah swt. QS. An-Nisaa' ayat 29 sebagai berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahannya:

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.*³⁴

Ayat di atas menjelaskan bahwa aturan main perdagangan Islam melarang adanya penipuan di antara kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli harus ridha dan sepakat serta harus melaksanakan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan jual beli. Dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, diharapkan suatu usaha perdagangan seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah swt. di dunia dan di akhirat.

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

3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam hukum Islam disebutkan bagaimana prinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis Islam merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan al-Qur'an, hadist, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqih. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam mencakup kesatuan (tauhid/unity), keseimbangan (equilibrium/adil), kehendak

³⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid...*, hlm. 83

bebas (free will), tanggung jawab (responsibility), kebenaran, kebajikan, dan kejujuran (truth, goodness, honesty).

a) Prinsip Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan tauhid atau ilahiyah ini bertitik tolak pada keridhaan Allah swt., tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah-Nya. Kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan ilahiyah.³⁵ Ajaran tauhid menumbuhkan pengawasan internal (hati nurani) yang ditumbuhkan oleh imam dalam hati seorang muslim, dan menjadikan pengawasan dalam dirinya. Hati nurani seorang muslim tidak akan merampas yang bukan haknya, memakan harta orang lain dengan cara batil. Juga tidak memanfaatkan kekurangan seorang yang lemah, kebutuhan orang yang terdesak dalam masyarakat.³⁶

b) Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Keadilan merupakan kesadaran dalam pelaksanaan untuk memberikan kepada orang lain sesuatu yang sudah semestinya harus diterima oleh pihak lain, sehingga masing-masing pihak mendapat kesempatan yang sama untuk melaksanakan hak dan kewajiban tanpa mengalami rintangan atau paksaan, memberi dan

³⁵ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Ekosiana, 2004), hlm. 30

³⁶ Muhamamad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm. 93

menerima selaras dengan hak dan kewajiban.³⁷ Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya³⁸. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt. dalam QS. Al Maa-idah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ
بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۗ
أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ
بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahannya:

*Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.*³⁹

³⁷ Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015), hlm. 357

³⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 46

³⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid...*, hlm. 108

Ayat ini memerintahkan kepada orang mukmin agar melaksanakan amal dan pekerjaan mereka dengan cermat, jujur, dan ikhlas karena Allah Swt., baik pekerjaan yang bertalian dengan urusan agama maupun pekerjaan yang bertalian dengan urusan kehidupan duniawi. Karena hanya dengan demikianlah mereka bisa sukses dan memperoleh hasil balasan yang mereka harapkan. Dalam persaksian, mereka harus adil menerangkan apa yang sebenarnya, tanpa memandang siapa orangnya, sekalipun akan menguntungkan lawan dan merugikan sahabat dan kerabatnya sendiri.

c) Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Dalam etika bisnis kebebasan memberikan peluang selebar-lebarnya untuk selalu aktif berkarya, bekerja dengan semua potensi yang miliki demi mendapatkan tujuannya tetapi kebebasan tersebut jelas bersifat terbatas dan tidak merugikan orang lain. Kebebasan seharusnya dikorelasikan dengan kehidupan sosial semisal ketika seseorang yang sudah mendapatkan keuntungan yang melimpah maka kewajiban sebagai makhluk sosial tidak boleh terlupakan yaitu dengan membayar zakat, infak, maupun shodaqoh dengan orang disekitarnya yang membutuhkan.⁴⁰

⁴⁰ Arifin Johan, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2008), hlm. 142

d) Prinsip Tanggungjawab (*Responsibility*)

Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggungjawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.⁴¹ Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya. Hal ini sesuai dengan apa yang ada didalam QS. Al Muddatstsir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ﴿٣٨﴾

Terjemahannya:

*Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.*⁴²

Dari ayat di atas sudah jelas bahwa setiap kegiatan manusia dimintai pertanggungjawabannya baik itu terhadap Allah swt. maupun manusia. Kebebasan yang dimiliki manusia dalam melakukan segala aktivitasnya memiliki batas-batas tertentu, dan tidak digunakan sebeb-bebasnya melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang tertuang dalam al-Qur'an

⁴¹ Ahmad Nur Zaroni, *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan ekonomi)*, *Jurnal Mazahib*, Vol.4, No. 2, Desember 2007, hlm.181

⁴² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid...*, hlm. 576

dan Sunnah yang harus dipatuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasan dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

e) Prinsip Kebenaran, Kebajikan, dan Kejujuran (*Truth, Goodness, Honesty*)

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Menurut prinsip kebenaran ini, etika bisnis Islam sangat berhati-hati dan mengambil tindakan pencegahan untuk mencegah kerugian pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis, kerjasama, atau kesepakatan dalam transaksi bisnis.⁴³ Sebagaimana firman Allah swt. dalam QS. Al-Isra' ayat 35 yang berbunyi:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

⁴³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam...*, hlm. 46

Terjemahannya:

*Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.*⁴⁴

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa al-Qur'an telah memberi penegasan bahwasannya hal mendasar yang digunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang beretika adalah dengan menyempurnakan segala transaksi yang berkaitan dengan media takaran dan timbangan.

4. Persaingan dalam Etika Bisnis Islam

Islam mengajarkan, setiap muslim yang ingin berbisnis maka dianjurkan untuk selalu melakukan persaingan yang sehat, berperilaku baik dan simpatik, jujur, terbuka, dan adil. Dalam dunia bisnis kepercayaan sangat penting artinya tanpa didasari atas rasa saling percaya, maka transaksi bisnis tidak akan bisa terlaksana. Dalam ajaran Islam, setiap muslim yang ingin berbisnis maka dianjurkan untuk selalu melakukan persaingan sebagai berikut:

1) Melakukan persaingan yang sehat

Baik dalam bentuk tidak bisa menawar barang yang ditawarkan orang lain, tidak bisa membeli barang dari pedagang desa yang tidak tahu harga pasarnya, tidak bisa berpura-pura menawar barang yang harganya terlalu tinggi untuk menipu pembeli lain. Hal ini berpedoman pada firman Allah swt. dalam surat Al-Muthaffifii ayat 1-3 yang berbunyi:

⁴⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid...*, hlm. 285

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١٨٦﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ
يَسْتَوْفُونَ ﴿١٨٧﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿١٨٨﴾

Terjemahannya:

*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.*⁴⁵

Selain itu juga, di dalam ajaran Islam dalam mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Hal ini berpedoman pada firman Allah swt. dalam QS. Al-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ



Terjemahannya:

*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.*⁴⁶

Selain itu juga, berbeda dengan sistem kapitalisme dan komunisme yang melarang terjadinya monopoli, di dalam ajaran islam siapapun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-

⁴⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid...*, hlm. 587

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 29

satunya penjual atau pembeli, asalkan dia tidak melakukan ikhtikar, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi atau dalam istilah ekonominya *monopoly's rent*.

2) Kejujuran

Salah satu faktor utama untuk menjadi pebisnis yang sukses adalah dengan memiliki sifat yang jujur. Dengan bersikap jujur maka akan lebih dipercaya oleh konsumen. Ketika pelaku bisnis menaruh sifat jujur, maka konsumen akan menaruh kepercayaan pada pelaku bisnis dan konsumen tidak perlu terlalu khawatir berbisnis dengan pelaku bisnis. Berdasarkan firman Allah swt. dalam QS. Al-Anfal ayat 58 yang berbunyi:

وَأَمَّا تَخَافُ بِمِنْ قَوْمٍ خِيَانَةً فَانْبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَىٰ سَوَاءٍ ۗ إِنَّ
 اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْخَائِبِينَ

Terjemahannya:

*Dan jika kamu khawatir akan (terjadinya) pengkhianatan dari suatu golongan, Maka kembalikanlah Perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat.*⁴⁷

Secara syariat, bahkan dalam ajaran agama apapun selalu menganjurkan kejujuran dan melarang kebohongan. Jadi dengan jujur berarti pula kita sudah patuh kepada agama yang kita yakini

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 184

dengan ridha Allah swt. Kejujuran InsyaAllah mendatangkan nikmat dan keuntungan besar dalam bisnis yang diselenggarakan.

3) Berperilaku Baik dan Simpatik

Al-Qur'an juga mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik. Sebagaimana firman Allah swt. QS. Al-Hijr ayat 88:

لَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِّنْهُمْ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَأخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ

Terjemahannya:

*Janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang telah Kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman.*⁴⁸

Sifat inilah yang harus diterapkan dalam berbisnis, sekalipun itu kepada orang miskin. Kaum muslimin dituntut untuk berperilaku manis dan dermawan, jika tidak mampu paling tidak memperlakukannya dengan kata-kata yang baik dan sopan dalam pergaulan.⁴⁹ Kaitannya dengan dermawan tentunya tidak lepas dari penurunan hati. Terkadang, setelah mendapatkan kasetian pelanggan, hal itu cenderung digunakan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Kalau kita melihat dari praktek Nabi

⁴⁸ *Ibid.*, hlm. 266

⁴⁹ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), hlm. 61

saw. sendiri, beliau selalu menjaga diri dari sikap pembohong dan pemanfaatan konsumen, selain itu juga mementingkan pada peningkatan hubungan jangka panjang dengan para pelanggannya, bukan profit orientied. Sehingga profitnya lebih banyak.⁵⁰

4) Keterbukaan

Keterbukaan dapat berarti informasi yang cukup berkaitan dengan kinerja pelaku bisnis tersedia dan disajikan dalam bentuk atau media yang mudah dipahami konsumen. Terbuka dalam arti bahwa memiliki laporan keuangan yang jelas atas usaha yang dimiliki dimana laporan keuangan tersebut bisa diaudit oleh pihak-pihak terkait. Dan sifat terbuka inilah yang merupakan salah satu kunci sukses keberhasilan. Hal ini berpedoman pada QS. Al-Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Terjemahannya:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.⁵¹

Dari ayat di atas Allah swt. memerintahkan taqwa dan kejujuran. Allah swt. mengiringi perintah taqwa dengan perintah berkata jujur. Allah swt. memerintahkan kepada orang-orang yang beriman agar bertaqwa kepada-Nya. Yakni menjalankan perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Allah swt. memerintahkan

⁵⁰ Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, (Bandung: Madani Prisma, 2007), hlm. 100

⁵¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid...*, hlm. 427

kepada orang-orang yang beriman agar berkata jujur dan benar. Tidak berdusta, tidak menipu dan tidak menyimpang dari kebenaran. Iman tidak hanya keyakinan dalam hati tetapi juga mewujudkan dalam perbuatan. Iman melahirkan taqwa dan kejujuran.

5) Keadilan

Salah satu bentuk sederhana dalam berbisnis yang berkaitan dengan keadilan adalah tidak menambah atau mengurangi berat timbangan dalam jual beli.⁵² Berdasarkan firman Allah swt. dalam QS. Al-Israa' ayat 35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلَّمْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Terjemahannya:

Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.⁵³

Sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, jangan mengurangi takaran untuk orang atau melebihkannya untuk dirimu, dan timbanglah dengan timbangan yang benar sesuai dengan ukuran yang ditetapkan. Itulah yang lebih utama bagimu, karena dengan demikian orang akan percaya kepadamu dan tenteram dalam bermuamalah denganmu dan lebih baik akibatnya bagi kehidupan manusia pada umumnya di dunia dan bagi kehidupanmu di akhirat kelak. Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu

⁵² Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam...*, hlm. 70

⁵³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid...*, hlm. 285

tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Jangan mengatakan sesuatu yang engkau tidak ketahui, jangan mengaku melihat apa yang tidak engkau lihat, jangan pula mengaku mendengar apa yang tidak engkau dengar, atau mengalami apa yang tidak engkau alami. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, adalah amanah dari tuhanmu, semuanya itu akan diminta pertanggungjawabnya, apakah pemiliknya menggunakan untuk kebaikan atau keburukan.

D. Penelitian Terdahulu

Karya Ilmiah atau Penulisan Hukum/Skripsi yang berjudul “Upaya Pengusaha Genteng Lama Dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha Menghadapi Pesaing Baru Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Kamulan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek)” dengan menggunakan pendekatan Kualitatif yang berlokasi di Desa Kamulan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek ini merupakan hasil karya orisinal, tidak terdapat karya dengan judul yang sama yang pernah diajukan, pernah ditulis, atau pernah diterbitkan di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Namun ada penelitian yang memiliki kemiripan dengan penelitian ini di luar Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Sejauh pengamatan penulis, sudah ada beberapa karya tulis mengangkat tema “keberlangsungan usaha” antara lain dilakukan oleh:

1. Burhana Rizky Pratama Judul “Dampak Keberadaan Indomaret dan Alfamart Terhadap Keberlangsungan Usaha Ritel di Sekitarnya (Studi pada: Toko Tradisional di sekitar Indomaret dan Alfamart Desa Junrejo Kota Batu)” Universitas Muhammadiyah Malang pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak keberadaan Indomaret dan Alfamart yang ada di desa Junrejo terhadap keberlangsungan usaha-usaha ritel-ritel tradisional disekitarnya.⁵⁴ Persamaan dengan skripsi penulis yaitu sama-sama adanya pesaing baru indomaret vs alfamart, pengusaha lama vs pengusaha baru. Sedangkan perbedaannya di topik pembahasan, penulis membahas tentang upaya keberlangsungan usaha yang dilakukan oleh pengusaha genteng lama dalam menghadapi pesaing baru ditinjau dari etika bisnis Islam.
2. Danang Sukma Indra Judul “*Strategi Persaingan dan Keberlangsungan Usaha Pedagang Warung Lesehan di Jalan Baru Kabupaten Ponorogo*” Universitas Muhammadiyah Ponorogo pada tahun 2018. Penelitian ini berisi tentang strategi persaingan pedagang warung lesehan di jalan baru Kabupaten Ponorogo serta strategi keberlangsungan usaha pedagang warung lesehan di jalan baru

⁵⁴ Burhana Rizky Pratama, “*Dampak Keberadaan Indomaret dan Alfamart Terhadap Keberlangsungan Usaha Ritel di Sekitarnya (Studi pada: Toko Tradisional di Sekitar Indomaret dan Alfamart Desa Junrejo Kota Batu)*”, Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang, 2018, <https://eprints.umm.ac.id/61969/>, diakses pada tanggal 01 Agustus 2021 pukul 19.12 WIB

Kabupaten Ponorogo.⁵⁵ Persamaan dengan skripsi penulis yaitu sesama pengusaha genteng dan sesama pedagang warung lesehan. Sedangkan perbedaannya di topik pembahasan, penulis membahas tentang upaya keberlangsungan usaha yang dilakukan oleh pengusaha genteng lama dalam menghadapi pesaing baru ditinjau dari etika bisnis Islam.

3. Ayu Septi Nurani Judul “*Analisis Strategi Pemasaran Warung Internet (Warnet) Dalam mempertahankan Keberlangsungan Usaha Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)*” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2018. Penelitian ini berisikan tentang analisis strategi pemasaran pengusaha warnet dalam mempertahankan keberlangsungan usaha dan juga analisis tinjauan Etika bisnis Islam dalam mempertahankan keberlangsungan usaha warnet.⁵⁶ Persamaan dengan skripsi penulis yaitu membahas tentang mempertahankan keberlangsungan usaha ditinjau dari etika bisnis Islam. Perbedaannya dengan penelitian penulis adalah objek penelitian, penulis membahas tentang pengusaha genteng sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang usaha warnet.

⁵⁵ Danang Sukma Indra, “*Strategi Persaingan dan Keberlangsungan Usaha Pedagang Warung Lesehan di Jalan Baru Kabupaten Ponorogo*”, Skripsi, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2018, <http://eprints.umpo.ac.id/4034/>, diakses pada tanggal 01 Agustus 2021 pukul 19.19 WIB

⁵⁶ Ayu Septi Nurani, “*Analisis Strategi Pemasaran Warung Internet (Warnet) Dalam mempertahankan Keberlangsungan Usaha Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)*”, Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, <http://repository.radenintan.ac.id/5724/>, diakses pada tanggal 01 Agustus 2021 pukul 19.33 WIB

4. Rina Indriastuti, Fitri Hastuti, dan Yudi Aziz Judul “*Analisis Keberlanjutan Pasar Tradisional Dalam Iklim Persaingan Usaha Yang Dinamis di Kota Bandung*” Universitas Padjadjaran Bandung pada tahun 2008. Jurnal ini berisikan persaingan antara pasar tradisional dan pasar modern yang mana mengakibatkan pasar tradisional mengalami pergeseran dengan dugaan terjadinya penurunan daya tarik pasar tradisional seiring dengan perubahan dinamis pasar modern yang disesuaikan dengan kondisi pembeli.⁵⁷ Persamaan dengan skripsi penulis yaitu sama-sama ada pesaing baru. Persaingan antara pasar tradisional vs pasar modern, dengan pengusaha genteng lama vs pengusaha genteng baru. Sedangkan perbedaannya di topik pembahasan, penulis membahas tentang upaya keberlangsungan usaha yang dilakukan oleh pengusaha genteng lama dalam menghadapi pesaing baru ditinjau dari etika bisnis Islam.
5. Reza Haditya Raharjo Judul “*Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Keberlangsungan Usaha Toko Kelontong di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)*” Universitas Diponegoro Semarang. Pada tahun 2015. Penelitian ini berisikan tentang perubahan-perubahan yang terjadi di toko kelontong sebelum dan sesudah adanya minimarket modern disekitar toko kelontong, baik

⁵⁷ Rina Indriastuti, Fitri Hastuti, dan Yudi Aziz, “Analisis Keberlanjutan Pasar Tradisional Dalam Iklim Persaingan Usaha Yang Dinamis di Kota Bandung”, Jurnal, Fakultas Ekonomi, Universitas Padjadjaran Bandung, 2008, <http://jurnal.ac.id/sosiohumaniora/article/view/5394> , diakses pada tanggal 01 Agustus 2021 pukul 19.43 WIB

perubahan keuntungan, jumlah pengunjung, serta jam kerja atau jam buka toko kelontong.⁵⁸ Persamaan dengan skripsi penulis yaitu sama-sama ada pesaing baru. Penelitian penulis tentang pengusaha genteng lama vs pengusaha genteng baru, sedangkan di skripsi ini membahas tentang toko kelontong vs minimarket modern. Sedangkan perbedaannya di topik pembahasan, penulis membahas tentang upaya keberlangsungan usaha yang dilakukan oleh pengusaha genteng lama dalam menghadapi pesaing baru ditinjau dari etika bisnis Islam.

⁵⁸ Reza Haditya Raharjo, “*Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Keberlangsungan Usaha Toko Kelontong di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)*”, Skripsi, Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang, 2015, <http://eprints.undip.ac.id/46533/>, diakses pada tanggal 01 Agustus 2021 pukul 20.06 WIB