

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Persaingan antar Produsen Emping Melinjo di Desa Pojok Ngantru Tulungagung” ini ditulis oleh: Endah Ima’i Sa’adah, NIM. 1742143321 , pembimbing: Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kondisi persaingan usaha semakin ketat. Produsen harus bekerja keras untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ada. Dalam penghormatannya terhadap bisnis, Al-Qur’an juga seringkali membicarakan makna kejujuran dan keadilan dalam bisnis. Tentunya dalam melakukan aktivitas tersebut harus disesuaikan dengan ajaran Islam yakni menghindari segala macam penipuan, ketidak jujuran, ketidak adilan, dan perilaku lainnya yang dapat merugikan salah satu pihak. Dalam hal ini produsen berperan penting dalam menjaga persaingan yang sesuai dengan koridor Islam.

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana kondisi persaingan usaha antar produsen emping melinjo di Desa Pojok, Ngantru?, dalam hal apa saja para produsen emping melinjo bersaing ?, dan bagaimana persaingan usaha antar produsen emping melinjo di Desa Pojok, Ngantru ditinjau dari etika bisnis Islam ?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persaingan usaha antar produsen emping melinjo di Desa Pojok, Ngantru, untuk mengetahui dalam hal apa saja para produsen emping melinjo bersaing, dan untuk mengetahui bagaimana persaingan usaha antar produsen emping melinjo di Desa Pojok, Ngantru.

Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yaitu studi kasus. Pengambilan lokasi penelitian yang dipilih adalah industri emping melinjo di Desa Pojok, Ngantru. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tiga jalur yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi persaingan usaha antar produsen emping melinjo dapat berjalan dengan lancar karena para produsen menganggap persaingan itu penting, produsen emping melinjo menjaga hubungan dengan baik terhadap sesama produsen, dan tidak ada perebutan pembeli. Hal-hal yang dijadikan persaingan oleh produsen emping melinjo meliputi persaingan harga, persaingan produk, persaingan pemasaran dan persaingan pelayanan, masih ada produsen yang bersaing dengan tidak sehat yaitu dengan melakukan banting harga dan mencampur produk berkualitas baik dengan produk berkualitas jelek. Kemudian etika bisnis Islam para produsen emping melinjo dalam bersaing meliputi jujur dalam takaran, menjual barang yang baik mutunya, tidak menggunakan sumpah, longgar dan bermurah hati, menjaga hubungan baik antar kolega, tertib administrasi, dan menetapkan harga dengan transparan, secara keseluruhan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, namun masih ada produsen yang belum sesuai dengan etika bisnis Islam karena tidak melakukan pencatatan transaksi dan tidak jujur dalam mengatakan harga.

Kata kunci : Etika Bisnis Islam, Persaingan, Produsen.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Review of Islamic Business Ethics to Competition among Producers of Emping Melinjo in the Village of Pojok Ngantru Tulungagung" was written by: Endah Ima'i Sa'adah, NIM. 1742143321, mentor: Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

This research is based on the increasingly tight business competition. Manufacturers must work hard to survive in the existing competition. In their respect for business, the Qur'an often talks about the meaning of honesty and fairness in the business. Of course in doing these activities must be adjusted to the teachings of Islam that avoids all kinds of fraud, dishonesty, injustice, and other behaviors that can harm either party. In this case producers play an important role in maintaining competition in accordance with the Islamic corridor.

The formulation of the research problem is how the condition of business competition among emping melinjo producers in the village of Pojok, Ngantru ?, in terms of what the producers emping melinjo compete?, and how the competition between producers emping melinjo in the village of Pojok, Ngantru in terms of Islamic business ethics? . The purpose of this research is to know how business competition among producers emping melinjo in Pojok Village, Ngantru, to know in terms of what the producers of emping melinjo compete, and to know how the competition between producers emping melinjo in the village of Pojok, Ngantru.

This research method is qualitative research with the type of research that is case studies. Taking the selected research location is the emping melinjo industry in the village of Pojok, Ngantru. Data collection is done through interview technique, observation and documentation. Data analysis is done through three paths: data reduction, data presentation, and conclusion.

The results of this study indicate that the condition of business competition among producers emping melinjo can run smoothly because the producers consider the competition is important, the producer emping melinjo maintain good relationship with other producers, and there is no seizure of buyers. The things that are made by the producers of emping melinjo include price competition, product competition, marketing competition and service competition, there are still producers who compete with the unhealthy that is by doing slam the price and mixing good quality products with poor quality products. Then the ethics of Islamic business emping melinjo producers in competition include honest in the dosage, selling good quality goods, not using oath, loose and generous, maintain good relationships between colleagus, orderly administration, and set price with transparent, as a whole is in accordance with Islamic business ethics, but there are still producers that have not been in accordance with Islamic business ethics for not doing transaction recording and not honest in saying the price.

Keywords: Islamic Business Ethics, Competition, Producers.