

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satunya melalui bekerja, sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki.<sup>1</sup> Disamping anjuran untuk mencari rezeki, Islam sangat menekankan (mewajibkan) aspek kehalalannya, baik dari sisi perolehan maupun pendayagunaan (pengelolaan dan pembelajaran).<sup>2</sup>

Dalam era globalisasi ini, perkembangan perekonomian dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan, dan teknologi.<sup>3</sup> Kebutuhan tersebut meningkat sebagai akibat jumlah penduduk yang setiap tahun terus bertambah, sehingga menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Menurut kodratnya, manusia merupakan makhluk sosial yakni sebagai makhluk yang tidak dapat berdiri sendiri dan selalu membutuhkan

---

<sup>1</sup> M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 17

<sup>2</sup> *Ibid.*, hlm. 17

<sup>3</sup> M Yahya Harahab, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, (Bandung : Alumni, 1986), hlm. 6

orang lain. Sebagai makhluk sosial, manusia akan selalu berinteraksi dengan lainnya.

Manusia menjalin hubungan kerja sama dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas yaitu dengan cara berbisnis. Bisnis adalah suatu kata yang populer dalam kehidupan sehari-hari. Tiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen. Kaum produsen dan orang-orang lain yang bergerak dalam kegiatan bisnis berhasil membuat keuntungan dan memperbesar nilai bisnisnya yang makin lama makin meningkat. Dalam zaman modern ini, dunia bisnis semakin kompleks dan membutuhkan banyak waktu bagi mereka yang ingin mempelajarinya serta mempraktikkan sampai berhasil.<sup>4</sup>

Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi semua orang di sepanjang abad dan semua lapisan masyarakat. Agama Islam sejak lahirnya mengizinkan adanya bisnis (perdagangan), karena Rasulullah SAW sendiri pada awalnya juga berbisnis dalam jangka waktu yang cukup lama. Namun, Rasulullah SAW tidak begitu saja meninggalkan tanpa aturan, kaidah, ataupun batasan yang harus diperhatikan dalam menjalankan perdagangan atau bisnis. Diantara nilai-nilai yang penting dalam perdagangan atau bisnis adalah sifat kasih sayang yang telah dijadikan Allah SWT sebagai *trade mark*.<sup>5</sup>

Bisnis adalah aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari laba. Karena itu, bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktivitas persaingan. Islam

---

<sup>4</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2009), 115

<sup>5</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran, Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta : Robbani Press, 1995), hlm. 320

menganjurkan umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan. Jika ini dijadikan dasar bisnis maka praktek bisnis harus menjalankan aktivitas persaingan yang sehat.<sup>6</sup> Selain itu, persaingan bisnis tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi para pelakunya. Dalam persaingan usaha hendaknya ada komitmen bersama diantara para pesaing terhadap konsep persaingan, yaitu persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing bisnis, namun dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.<sup>7</sup>

Terdapat hubungan yang erat antara etika bisnis dan persaingan usaha. Terdapatnya aspek hukum dan aspek etika bisnis sangat menentukan terwujudnya persaingan yang sehat. Munculnya persaingan yang tidak sehat disebabkan karena peranan hukum dan etika bisnis dalam persaingan usaha belum berjalan sebagaimana mestinya. Dalam bisnis, terjadi persaingan yang ketat, yang kadang-kadang menyebabkan pelaku usaha menghalalkan segala usaha untuk memperoleh keuntungan usaha dan memenangkan persaingan.<sup>8</sup>

Persaingan sendiri memiliki pengertian yaitu proses sosial dimana tiap individu atau antar individu saling berebut mencari keuntungan melalui bidang tertentu dengan cara menarik perhatian publik.<sup>9</sup> Biasanya suatu pelaku bisnis akan memperlihatkan keunggulan dari produknya untuk menarik perhatian publik.

---

<sup>6</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2004), hlm. 250

<sup>7</sup> M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 95

<sup>8</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007), 258

<sup>9</sup> Renggo Astuti, *Keberadaan Paguyuban-Paguyuban Etnis Di Daerah Perantauan Dalam Menunjang Pembinaan Persatuan Dan Kesatuan*, (Jakarta :Direktorat Jendral Kebudayaan, 2000), hlm. 37.

Kebanyakan orang akan berpikir bahwa persaingan dalam bentuk apapun pastinya terkait dengan hal-hal yang negatif. Namun sebenarnya tidak demikian pada kenyataannya. Persaingan tidak selalu berkonotasi negatif. Didalam persaingan ada banyak aspek positif yang bisa dipelajari dan akan memberikan banyak manfaat dari persaingan tersebut. Baik kaitannya dalam kehidupan pribadi, maupun dalam dunia bisnis. Manfaat tersebut antara lain : a) munculnya pemikiran inovatif, b) adanya peningkatan pelayanan, c) lebih mengenal pelanggan, d) terciptanya motivasi yang lebih tinggi, dan e) banyak pelajaran yang dapat diambil dari adanya persaingan.<sup>10</sup>

Oleh karena itu, persaingan bisnis sangatlah penting dilakukan. Dan persaingan ini juga sudah diungkapkan oleh penelitian-penelitian terdahulu, antara lain penelitian tentang persaingan bisnis pedagang Pasar Pagi Peterongan Semarang. Persaingan yang terjadi di tempat tersebut adalah persaingan tempat, persaingan harga, persaingan produk, dan persaingan pelayanan. Strategi yang dilakukan pedagang pasar dalam menghadapi persaingan yaitu mereka berlomba-lomba untuk memberikan harga yang paling murah, dan para pedagang juga berusaha untuk menyediakan barang dagangan yang lengkap. Dan persaingan bisnis yang terjadi di Pasar Pagi Peterongan sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, namun juga masih ada beberapa aktifitas dari pedagang yang menyimpang dari ajaran Islam. Selain itu ada juga penelitian pengusaha tahu yang juga melakukan persaingan didalam bisnisnya. Strategi-strategi yang dilakukan oleh pengusaha tahu dalam menghadapi persaingan yaitu dengan menetapkan

---

<sup>10</sup>Intan Kemala Sari, [http:// m.detik.com/ wolipop/ read/ 2015/ 03/ 21/ 150018/ 2865609/ 113/manfaat-memiliki-sikap-kompetitif-dalam-dunia-bisnis](http://m.detik.com/wolipop/read/2015/03/21/150018/2865609/113/manfaat-memiliki-sikap-kompetitif-dalam-dunia-bisnis)

harga yang tidak melebihi batas kewajaran, menjual produk dengan kualitas terbaik sehingga tidak merugikan pelanggan, serta memberikan jasa pesan antar untuk pelanggan.

Demikian juga pedagang/produsen emping melinjo di Desa Pojok Ngantru. Ada 26 produsen emping emping melinjo dalam satu desa. Mereka sama-sama menjual produknya dalam bentuk mentah, sehingga terjadilah persaingan disana. Di tulungagung sendiri permintaan emping melinjo tidak terlalu banyak, sehingga produksi emping melinjo di Desa Pojok sudah mencukupi sebagian permintaan di pasaran. Dan juga biasanya seorang pedagang itu sudah mempunyai langganan dari pengrajin emping melinjo, sehingga kalau stocknya habis maka pedagang tersebut hanya meminta dari pengrajin emping melinjo langgananya. Oleh sebab itu, sebagian pengepul emping melinjo memilih menjual emping melinjo ke luar kota, seperti Blitar dan Kediri

Berikut jumlah produsen emping melinjo yang ada di Desa Pojok tahun 2018:

**Tabel 1.1**

**Jumlah Produsen Emping Melinjo di Desa Pojok**

| No.                               | Dusun     | Jumlah Produsen |
|-----------------------------------|-----------|-----------------|
| 1.                                | Ngadirejo | 20              |
| 2.                                | Sumber    | 6               |
| Total keseluruhan jumlah produsen |           | 26              |

Sumber : informasi perangkat Desa Pojok

Persaingan yang terjadi antar produsen emping melinjo di Desa Pojok, Ngantru menurut pengamatan peneliti yaitu :

- 1) Persaingan harga. Harga dari produk emping melinjo sendiri sebenarnya sudah ada patokannya dipasaran. Namun tidak semua produsen menetapkan harga produknya sesuai dipasaran. Terkadang pada saat permintaan emping melinjo menurun, terdapat produsen yang menjual dengan harga dibawah harga pasaran agar produknya cepat laku sehingga bisa mematikan produsen yang lain, dan ada juga produsen yang menjual produknya dengan harga diatas harga pasaran pada saat permintaan emping mlinjo naik. Kondisi ini biasanya terjadi menjelang hari-hari besar seperti menjelang hari raya Idhul Fitri. Pada kondisi ini bisa menjadi kesempatan bagi para produsen untuk mendapat keuntungan lebih banyak karena konsumen akan tetap membelinya untuk memenuhi permintaan emping melinjo.
- 2) Persaingan produk. Semua produsen emping melinjo di Desa Pojok memiliki produk yang sama yaitu emping melinjo yang masih mentah. Emping melinjo tersebut memiliki berbagai ukuran, mulai dari yang kecil sampai besar. Biasanya produsen membuat emping melinjo sesuai permintaan pasar. Dan yang membedakan produk antara produsen satu dengan produsen yang lainnya yaitu kualitas dari masing-masing produk mereka. Karena antara satu orang dengan orang lainnya akan menghasilkan kualitas produk yang berbeda-beda. Dan biasanya konsumen akan datang dengan sendirinya karena sudah mengetahui kualitas emping melinjo setiap produsen atau biasanya sudah berlangganan.
- 3) Persaingan pemasaran. Pemasaran emping melinjo biasanya ada 2 yaitu diambil oleh pengepul atau diambil oleh pengepul dan dijual sendiri pada pedagang grosir maupun pengecer. Kurangnya strategi pemasaran yang diterapkan oleh para produsen membuat pemasaran emping melinjo sendiri mengalami

hambatan. Contohnya pada saat pada permintaan emping melinjo menurun, pengepul emping melinjo hanya mengambil produk yang memiliki kualitas baik saja, sedangkan produk yang berkualitas kurang baik akan sedikit sulit untuk laku.

4) Persaingan pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh pengrajin emping mlinjo berupa pelayanan yang ramah, sopan serta baik. Mereka tidak tersinggung apabila ada konsumen yang tidak jadi membeli produknya, bahkan mereka tetap tersenyum kepada konsumen tersebut. Para pengrajin emping mlinjo selalu memberikan pelayanan yang prima karena pelayanan yang baik bisa membuat hubungan yang baik juga, seperti konsumen merasa senang dan akan membeli lagi.

Sejarah asal mula Desa Pojok bisa menjadi daerah pengrajin emping melinjo yaitu berawal dari Mbah Dolah dan Mbah Sinung yang bekerja sebagai penjual buah melinjo. Mereka biasanya menjual buah melinjo tersebut ke daerah Tamanan karena daerah tersebut sudah lebih dulu membuat emping melinjo. Setelah lama menjual buah melinjo ke daerah Tamanan, mereka tertarik untuk belajar membuat emping melinjo sendiri karena melihat prospek yang lebih menguntungkan dari membuat emping melinjo daripada hanya menjual buah melinjo saja. Setelah itu merekapun membuat emping melinjo sendiri dan setelah usaha tersebut berhasil, banyak orang yang mulai ikut-ikutan membuat emping melinjo. Dan sampai sekarang ini usaha pembuatan emping melinjo masih dilakukan oleh warga Desa Pojok.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan tersebut, membuat penulis ingin melakukan penelitian lebih dalam tentang bagaimana kondisi persaingan

antar produsen emping melinjo di Desa Pojok dan bagaimana persaingan antar produsen emping melinjo tersebut ditinjau dari etika bisnis Islam. Maka peneliti mengangkat judul **“Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Persaingan antar Produsen Emping Melinjo di Desa Pojok Ngantru Tulungagung”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kondisi persaingan usaha antar produsen emping melinjo di Desa Pojok, Ngantru?
2. Dalam hal apa saja para produsen emping melinjo bersaing?
3. Bagaimana persaingan usaha antar produsen emping melinjo di Desa Pojok, Ngantru ditinjau dari etika bisnis Islam?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana persaingan usaha antar produsen emping melinjo di Desa Pojok, Ngantru.
2. Untuk mengetahui dalam hal apa saja para produsen emping melinjo bersaing.
3. Untuk mengetahui bagaimana persaingan usaha antar produsen emping melinjo ditinjau dari etika bisnis Islam di Desa Pojok, Ngantru.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan bisa menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan tentang kondisi persaingan antar produsen emping melinjo di Desa Pojok



bila ditinjau dari etika bisnis Islam.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Bagi Produsen

Diharapkan dapat menambah wawasan bagi para produsen tentang cara berbisnis yang sesuai dengan syariah Islam dan akan terciptanya persaingan usaha yang sehat, serta perilaku produsen yang tidak menyimpang dengan menerapkan nilai-nilai etika bisnis sehingga di peroleh keberkahaan hidup di dunia dan kemenangan di akhirat kelak.

### b. Bagi Akademik

Sebagai sumbangsih perbendaharaan di IAIN Tulungagung khususnya mengenai tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan antar produsen.

### c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut sehingga diharapkan bisa menambah khasanah keilmuan bagi penulis sendiri dan bagi pembaca umumnya.

## **E. Penegasan Istilah**

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Etika Bisnis

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan

tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi akan diterima, dimana sanksi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini etika bisnis yang dimaksud adalah etika bisnis islam.

b. Persaingan

Persaingan adalah proses sosial dimana tiap individu atau antar individu saling berebut mencari keuntungan melalui bidang tertentu dengan cara menarik perhatian publik.<sup>12</sup>

c. Produsen

Produsen dalam ekonomi adalah orang yang menghasilkan barang dan jasa untuk dijual atau dipasarkan.<sup>13</sup>

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan variabel secara operasional. Secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian atau obyek yang diteliti. Dari judul diatas maka secara operasional bahwa terjadi persaingan antar produsen emping melinjo dalam beberapa hal.

---

<sup>11</sup> Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2014), hlm. 3

<sup>12</sup>Renggo Astuti, *Keberadaan Paguyuban-Paguyuban Etnis Di Daerah Perantauan Dalam Menunjang Pembinaan Persatuan Dan Kesatuan*, (Jakarta :Direktorat Jendral Kebudayaan, 2000), hlm. 37.

<sup>13</sup>Ekonurzhafar, <http://ekonurzhafar.wordpress.com/2010/03/20/pengertian-produsen/>, diakses pada 06-10-2017 pukul 14.00 WIB

## **F. Sistematika Penulisan Penelitian**

### **a. Bagian Awal**

Terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak

### **b. Bagian Isi**

Terdiri dari beberapa bab antara lain:

#### **BAB I Pendahuluan**

Berisikan gambar jelas guna memahami dari penelitian sehingga pembaca/penulis nantinya dapat dengan mudah dan jelas terhadap arah pembahasan. Pada bab pendahuluan ini akan dikemukakan hal-hal mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

#### **BAB II Kajian Pustaka**

Meliputi : deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka konseptual.

#### **BAB III Metodologi Penelitian**

Dalam bab ini berisikan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian, meliputi : paparan data dan temuan penelitian

BAB V Pembahasan, (analisis hasil temuan melalui teori, penelitian terdahulu dan teori yang ada)

BAB VI Penutup

Berisi tentang kesimpulan dan saran/rekomendasi.

c. Bagian Akhir

Dalam bagian ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.