

SKRIPSI

**“ PERSAINGAN USAHA FOTO COPY DI LINGKUNGAN
STAIN JURAI SIWO METRO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM”**

Oleh:

ARIS SAH FERDIYANTO

NPM. 1287214



Program Studi : Ekonomi Syari'ah (Esy)

Jurusan : Syari'ah Dan Ekonomi Islam

SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI

(STAIN) JURAI SIWO METRO

1437H/2016

**PERSAINGAN USAHA FOTO COPY DI LINGKUNGAN STAIN JURAI
SIWO METRO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)

Oleh:

ARIS SAH FERDIYANTO

NPM.1287214

Pembimbing 1 : Drs. H. Musnad Rozin, MH

Pembimbing 2 : H. Nawa Angkasa SH, MA

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI

(STAIN) JURAI SIWO METRO

1437/2016

**PERSAINGAN USAHA FOTO COPY DI LINGKUNGAN STAIN JURAI
SIWO METRO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

ABSTRAK

OLEH

ARIS SAH FERDIYANTO

Sebagaimana kita ketahui dalam dunia bisnis seorang pebisnis (wirausaha) tampaknya tidak dapat terpisahkan dari aktivitas persaingan. Terjadinya persaingan dalam dunia bisnis tidak bisa dihindari lagi. Bahkan, persaingan tersebut semakin bertambah ketat seiring berkembangnya zaman. Sebagai seorang wirausaha muslim kita harus memahami dalam ajaran agama islam dianjurkan agar para umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan di segala hal, termasuk diantaranya berbisnis. Oleh karena itu, walaupun sedang mengalami kondisi persaingan, wirausaha muslim bisa berusaha menghadapinya tanpa merugikan orang lain. Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis memilih usaha foto copy di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro sebagai obyek penelitian. Alasannya karena banyaknya usaha foto copy yang pastinya rentan akan persaingan.

Rumusan penelitian ini adalah tentang Bagaimana Persaingan Usaha Foto Copy Di Lingkungan Stain Jurai Siwo Metro Perspektif Etika Bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui persaingan yang terjadi pada usaha foto copy di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro perspektif etika bisnis islam.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan fakta yang ada di lapangan yang diperoleh dari data-data yang diperoleh. Data yang diperoleh adalah data yang memberikan gambaran tentang permasalahan yang berhubungan dengan persaingan usaha foto copy. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha foto copy yang berada di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Semua data-data tersebut dianalisis secara induktif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa persaingan usaha foto copy di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro meliputi, persaingan harga, dan persaingan pelayanan. Antar pengusaha foto copy saling memberikan pelayanan dan mutu yang baik kepada setiap konsumennya. Persaingan bisnis yang terjadi sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, terbukti dengan aktivitas-aktivitas persaingan yang terjadi tidak menyimpang dari ajaran Islam. Namun masih ada beberapa aktivitas-aktivitas yang menyimpang dari ajaran Islam seperti tidak berkata jujur tentang harga dan kurangnya mengedepankan prinsip ketauhidan.



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO

Jl.ki. hajar dewantara 15a iringmulyo telp. (0725) 41507 fax. (0725) 47296 email:
stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id kota metro lampung 34111

PENGESAHAN UJIAN
No. Sti. 06/S/010/2017

Skripsi dengan judul: PERSAINGAN USAHA FOTO COPY DILINGKUNGAN STAIN JURAI SIWO METRO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM, disusun oleh ARIS SAH FERDIYANTO, NPM. 1287214, PROGRAM STUDI: Ekonomi Syari'ah (Esy) telah diujikan dalam sidang munaqosyah jurusan syari'ah dan eonomi islam pada hari/tanggal: rabu/ 04 januari 2017.

TIM PENGUJI:

Moderator/Ketua : Drs. H. Musnad Rozin, MH (.....)
Penguji I : Liberty, SE, MA (.....)
Penguji II : H. Nawa Angkasa, SH, MA (.....)
Sekretaris : Enny Puji Lestari, M.E.Sy (.....)

Mengetahui
Ketua STAIN Jurai Siwo Metro

Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag
Nip. 19600918 198703 2 003

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PERSAINGAN USAHA FOTO COPY DI
LINGKUNGAN STAIN JURAI SIWO METRO
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Nama : ARIS SAH FERDIYANTO

NPM : 1287214

Program Studi : Ekonomi Syariah

Jurusan : Syariah Dan Ekonomi Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Jurusan Syariah Dan
Ekonomi Islam STAIN Jurai Siwo Metro.

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Musnad Rozin, MH

NIP. 19540507 198603 1 002

H. Nawa Angkasa SH, MA

NIP. 19671025 200003 1 003

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran :-
Hal : Mohon Dimunaqosyahkan Skripsi
Saudara Aris Sah Ferdiyanto

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam
STAIN Jurai Siwo Metro
Di-

Tempat

Assalamualaikum wr.wb

Setelah kami melaksanakan bimbingan serta perbaikan seperlunya, maka skripsi yang disusun oleh :

Nama : Aris Sah Ferdiyanto
NPM : 1287214
Berjudul : Persaingan Usaha Foto Copy Di Lingkungan Stain Jurai Siwo
Metro Perspektif Etika Bisnis Islam

sudah kami setuju dan dapat diajukan kejurusan untuk di munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. Wb

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Musnad Rozin, MH

H. Nawa Angkasa, SH., MA

NIP. 19540507 198603 1 002

NIP. 19671025 200003 1 003

ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aris Sah Ferdiyanto

NPM :1289564

Program Studi : Ekonomi Syariah

Jurusan : Syariah Dan Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2016

Yang menyatakan,

ARIS SAH FERDIYANTO

NPM. 1287214

MOTTO

وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ

Artinya: Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur penulis ucapkan *Alhamdulillah* *robi'l'alamin*, atas keberhasilan penulis dalam menyelesaikan studi ini, hasil karya ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tersayang (Bpk. Tugiyono dan Ibu Ratinah) yang telah mengasuh, membimbing, mendidik dan membesarkan serta memberikan do'a, dukungan demi keberhasilan studi ini.
2. Adikku tersayang (Nova Rita Cahya Ningrum) yang telah memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bpk. Drs. Musnad Rozin, MH dan Bpk. Nawa angkasa, SH, MA yang telah membimbing dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat dan teman teman yang telah berjuang bersama dalam suka dan duka.
5. Almamater STAIN Jurai Siwo Metro.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA DINAS.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Manfaat Penelitian.....	8
D. Penelitian Relevan.....	8
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Konsep Persaingan	11
1. Pengertian Persaingan	11
2. Aspek-Aspek Persaingan.....	12
3. Faktor-Faktor Persaingan.....	14
4. Etika Persaingan Pasar dalam Islam.....	18
B. Konsep Etika Bisnis Islam.....	22
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	22
2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	25
3. Tujuan Etika Bisnis Islam.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	33
1. Jenis Penelitian.....	33

2. Sifat Penelitian.....	33
B. Populasi dan Sampel.....	34
1. Populasi.....	34
2. Sampel	35
C. Sumber Data	36
1. Sumber Data Primer.....	36
2. Sumber Data Sekunder.....	37
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
1. Wawancara.....	37
2. Dokumentasi	38
E. Teknik Analisis Data	38

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian.....	40
B. Persaingan Usaha Foto Copy Di Lingkungan	
Stain Jurai Siwo Metro	43
C. Analisis Persaingan Usaha Foto Copy Di Lingkungan	
STAIN Jurai Siwo Metro Perspektif Etika Bisnis Islam	52

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

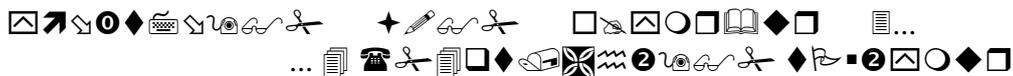
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagaimana kita ketahui dalam dunia bisnis seorang pebisnis (wirausaha) tampaknya tidak dapat terpisahkan dari aktivitas persaingan. Terjadinya persaingan dalam dunia bisnis tidak bisa dihindari lagi. Bahkan, persaingan tersebut semakin bertambah ketat seiring berkembangnya zaman.

Sebagai seorang wirausaha muslim harus memahami dalam ajaran agama islam dianjurkan agar para umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan di segala hal, termasuk diantaranya berbisnis. Oleh karena itu, walaupun sedang mengalami kondisi persaingan, wirausaha muslim bisa berusaha menghadapinya tanpa merugikan orang lain.

Hal ini juga dijelaskan dalam surat Al-Baqarah : 275 yaitu:



Artinya : *...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...(QS. Al-Baqarah: 275)*¹

Hal ini menjelaskan bahwasanya Allah SWT telah menghalalkan transaksi jual-beli dan mengharamkan riba. Dengan maksud dari surat Al-Baqarah ialah transaksi jual-beli hendaknya tidak disalahgunakan untuk mengambil manfaat yang dapat merugikan orang lain.

¹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Surabaya: Karya Agung, 2006), h.58.

Islam tidak menghendaki adanya pengangguran, namun islam menuntut umatnya untuk bekerja keras agar kebutuhan hidupnya dapat dipenuhi, salah satu jalan untuk memenuhi kebutuhan tersebut antara lain dengan melakukan aktivitas bisnis.²

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan meteril dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah.³

Menurut Muhammad, etika bisnis islam merupakan suatu norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap dan bertingkah lakuserta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis.⁴ Dengan demikian antara etika dan bisnis merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan.

Dalam ekonomi islam visi misi bisnis tidak hanya berorientasi pada maksimalisasi laba seperti halnya pada kaum kapitalis yang berprinsip dengan biaya rendah dapat menghasilkan keuntungan yang besar.⁵ Melainkan visi misi bisnis islami lebih mengedepankan manfaat dari suatu produk serta

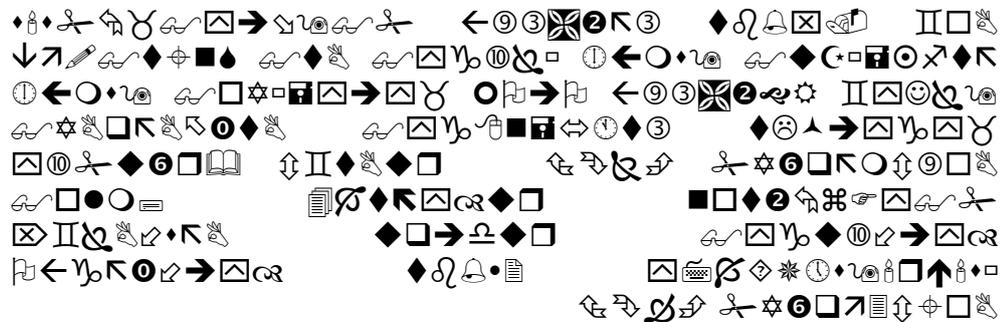
² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), h.22.cet. ke-1.

³ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, (Malang: UIN-Malang Press, 2007), h.16. cet. Ke-1.

⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta; Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), h.41.

⁵ Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), h.18.

keberkahan dalam memperoleh keuntungan. Sebagaimana firman Allah dalam QS-Al-Isra'(17): 18-19, yang berbunyi:



Artinya: *Barangsiapa menghendaki kehidupan sekarang (duniawi), Maka Kami segerakan baginya di dunia itu apa yang Kami kehendaki bagi orang yang Kami kehendaki dan Kami tentukan baginya neraka Jahannam; ia akan memasukinya dalam Keadaan tercela dan terusir. Dan barangsiapa yang menghendaki kehidupan akhirat dan berusaha ke arah itu dengan sungguh-sungguh sedang ia adalah mukmin, Maka mereka itu adalah orang-orang yang usahanya dibalasi dengan baik.*⁶

Dari paparan ayat di atas, terlihat jelas bahwa Al-Quran telah mengarahkan para pelaku bisnis pada visi bisnis masa depan yang bukan semata-mata mencari keuntungan duniawi, melainkan mencari keuntungan secara hakiki yang akhirnya akan membawa mereka memperoleh apa yang ada di sisi Allah.

Dunia usaha semakin mendesak para pengusaha untuk lebih profesional dan cerdas memahami persaingan pasar industri dan jasa.⁷ Dalam hal ini, rasulullah sudah memberikan contoh bagaimana melakukan bisnis yang sesuai dengan koridor agama, berkata jujur, ramah, amanat dan tidak

⁶ Dpartemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Surabaya: Karya Agung, 2006), h.386-387.

⁷ Dr. Nana Herdiana Abdurrahman, S.E., Ak., M.M, *Manajemen Bisnis Sysriah dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV. Pusaka Setia, 2013), h. 5.

mengurangi takaran untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat dari praktik persaingan yang tidak sehat.

Akan tetapi, kenyataan yang ada sekarang telah terjadi pergeseran etika dalam berbisnis, misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan yang tidak wajar, mengurangi timbangan atau takaran, gharar, penipuan, penimbunan, skandal, korupsi, kolusi, dan ijon. Hal tersebut menandakan merosotnya kejujuran, etika, rasa solidaritas serta tanggung jawab, sehingga terjadilah persaingan yang tidak sehat diantara pelaku bisnis.⁸

Tujuan bisnis yakni memperoleh keuntungan tetapi harus berdasarkan norma-norma hukum yang berlaku. Bila menurut norma hukum yang tertuang secara eksplisit dalam berbagai peraturan dinyatakan tidak boleh, maka para pelaku bisnis tidak boleh pula melakukannya.⁹Oleh karena itu dalam dunia bisnis islam, ada norma-norma yang membatasi bisnis agar tetap berada di jalur yang diperbolehkan oleh agama, yaitu etika bisnis islam.

Begitu juga dengan persaingan yang terjadi harus memahami beberapa unsur dalam etika bisnis islam terdapat 5 (lima) prinsip yaitu prinsip ketuhanan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggungjawab dan prinsip kebajikan.¹⁰ Beberapa hal tersebut merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam hal berbisnis begitu juga dengan persaingan

⁸ Muhammad , *Etika...*, h.236.

⁹ Suyadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia Dan Analisis Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), h. 3.

¹⁰ Rafiq Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 43.

yang terjadi didalamnya supaya tidak keluar dari etika bisnis islam dan terjadi keseimbangan yang baik.

Prinsip-prinsip etika bisnis islam tersebut hendaknya dapat menjadi landasan bagi para wirausaha dalam menjalankan aktivitas muamalah khususnya para pelaku usaha yang berada dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro salah satunya yaitu usaha foto copy. Beberapa usaha foto copy telah banyak berdiri dan bukan hal yang sulit untuk mencari jasa foto copy dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro. Mulai dari lingkungan dalam, depan dan samping terdapat usaha foto copy yang jaraknya hanya beberapa meter tidak jauh dari STAIN Jurai Siwo Metro. Begitu juga letak foto copy satu dengan lainnya yang letaknya tidak terlalu jauh bahkan beberapa usaha foto copy hanya bersebelahan satu dengan yang lain. Dari jumlah usaha foto copy yang ada bisa dilihat persaingan usahanya yang sudah pasti saling berlomba untuk menarik minat konsumen.

Beberapa strategi digunakan menurut Bapak Irwan sebagai pemilik usaha Foto Copy ARSYAF untuk menarik minat konsumen dengan beberapa strategi selain foto copy didalamnya terdapat juga jasa print dengan harga yang murah, pelayanan yang baik, ramah dan sopan dan pengadaan alat tulis kantor lainnya dengan strategi seperti itu diharapkan semua kebutuhan konsumen dapat terpenuhi pada satu tempat.¹¹ Begitu juga dengan beberapa unit usaha yang mengedepankan mutu dan pelayanan yang diberikan kepada

¹¹ Hasil wawancara dengan Bapak Irwan sebagai pemilik dan pengelola usaha foto copy Asyraf, dan pada tanggal 24 juni 2016.

konsumen. Bapak Hendri pemilik Foto Copy GANESA menjelaskan persaingan terjadi dengan baik walaupun adanya perbedaan harga yang kompetitif dengan pelaku usaha foto copy lain masing-masing memberikan penawaran yang maksimal seperti, pelayanan yang baik terhadap konsumen, mulai dari mutu, kerapihan maupun efisiensi waktu pengerjaannya selain itu menyediakan peralatan tulis kantor.¹²

Beberapa usaha foto copy banyak berdiri di sekitar STAIN Jurai Siwo Metro oleh karena itu Bapak Nurdin Yusuf sebagai pengelola usaha Foto Copy As-Salam dan Bapak Iin Agus selaku pemilik usaha Foto Copy SONET telah membuat kesepakatan untuk menyamakan harga pada usaha foto copy untuk menghindari persaingan. Setelah adanya kesepakatan bersama mereka menyerahkan persaingan pada konsumen mereka hanya saling memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen yang ada.¹³ Begitu juga dengan Foto Copy SYIRKAH yang menetapkan harga yang lebih murah untuk menarik minat konsumen.¹⁴ Berbeda dengan Foto Copy MITRA yang letaknya bersebelahan dengan Foto Copy SYIRKAH yang menyadari adanya perbedaan harga yang kompetitif diantara mereka akan tetapi tetap menjaga pelayanan mereka karena bukan hanya faktor harga tetapi faktor pelayanan yang bisa membuat konsumen tetap bertahan menggunakan jasa mereka.¹⁵

¹² Hasil wawancara dengan Bapak Hendri pemilik Foto Copy Ganesa, pada tanggal 26 juni 2016.

¹³ Hasil wawancara dengan Bapak Nurdin sebagai pengelola usaha foto copy Assalam Yusuf dan Bapak Iin Agus sebagai pemilik usaha foto copy Sonet, pada tanggal 20 mei 2016.

¹⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Surya selaku karyawan/pengelola usaha foto kopi Syirkah, 24 mei 2016.

¹⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Ewang sebagai pemilik usaha foto copy Mitra, pada tanggal 24 mei 2016.

Keadaan yang seperti ini menunjukkan adanya tingkat persaingan baik dari sisi harga, peralatan, perlengkapan, mutu dan pelayanan antar unit usaha foto copy. Dengan jumlah foto copy yang banyak dan persaingan yang ketat antar pelaku usaha foto copy yang ada harusnya setiap pengusaha muslim tetap memperhatikan etika bersaing sesuai dengan syariat yang ada.

Berdasarkan hasil pengamatan maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut terkait perilaku para pemilik usaha foto copy dalam persaingan usaha yang ditinjau dari etika bisnis islam itu sendiri dan menuangkannya dalam bentuk skripsi yang berjudul **Persaingan Usaha Foto Copy Di Lingkungan Stain Jurai Siwo Metro Perspektif Etika Bisnis Islam.**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas maka peneliti tengahkan pertanyaan penelitian sebagai gambaran dari permasalahan yang akan peneliti analisa, pertanyaan tersebut adalah :

Bagaimana Persaingan Usaha Foto Copy Di Lingkungan Stain Jurai Siwo Metro Perspektif Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui persaingan yang terjadi pada usaha foto copy di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro perspektif etika bisnis islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Sebagai informasi dan bahan evaluasi terhadap cara bersaing sesuai dengan etika bisnis islam pada usaha foto copy di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro.

b. Secara Praktis

Memberikan dan menambah khazanah ilmiah bagi para pembaca dan menjadi bahan kajian bagi peneliti yang selanjutnya tentang kajian persaingan dalam etika bisnis islam.

D. Penelitian Relevan

Selama ini pembahasan tentang analisis persaingan dan peluang pasar telah dibahas dalam berbagai karya baik berupa makalah, tugas akhir, skripsi, tesis, disertasi, atau buku-buku, baik sebagai judul khusus maupun sebagai sub judul. Dan untuk mendukung permasalahan yang lebih relevan dan mendalam terhadap bahasan diatas, penyusun berusaha malacak berbagai literature dan penelitian terdahulu (*prior research*) yang masih relevan terhadap masalah yang menjadi obyek penelitian.

Berdasarkan penelusuran pustaka yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa karya tulis ilmiah yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Diantara karya tulis ilmiah tersebut adalah.

Pertama skripsi yang diteliti oleh Roisun, Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Islam STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013, yang berjudul Keberadaan Minimarket Waralaba Terhadap Persaingan Bisnis Dalam

Perspektif Etika Bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persaingan bisnis antara minimarket waralaba dengan pedagang di Kelurahan Banjarsari Kecamatan Metro Utara tahun 2013 telah sesuai dengan etika bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan yang terjadi antara pedagang dan minimarket telah sesuai dengan peraturan yang berlaku dan tidak ada kegiatan yang melanggar etika bisnis baik yang diatur dalam undang-undang maupun dalam prinsip-prinsip etika bisnis islam.¹⁶

Kedua penelitian yang dilakukan oleh Tri Widayati Ningsih, Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Islam STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2012, yang berjudul Persaingan Bisnis Tradisional Dengan Bisnis Retail di Kauman Kota Gajah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persaingan bisnis tradisional dengan bisnis retail di Kauman Kota Gajah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agar mampu bersaing dengan bisnis retail, bisnis tradisional harus dikonsept ulang sehingga mampu menjadi pesaing yangimbang bagi bisnis yang lebih besar dan modern. Dimana untuk menjadi yang demikian, hal yang harus ditonjolkan adalah pada pelayanan dan memberikan kepuasan kepada konsumen.¹⁷

Berdasarkan penelitian diatas tergambar bahwa peneliti sebelumnya memiliki beberapa tinjauan yang sama di antaranya sama-sama membahas tentang tinjauan persaingan usaha menurut etika bisnis islam. Akan tetapi,

¹⁶ Roisun, *Keberadaan Minimarket Waralaba Terhadap Persaingan Bisnis Dalam Perspektif Bisnis islam*, (Metro, 2013), h. 5.

¹⁷ Tri Widayati Ningsih, *Persaingan Bisnis Tradisional Dengan Bisnis Retail di Kauman Kota Gajah*, (Metro, 2013), h. 7.

pada penelitian ini lebih ditekankan pada Persaingan Usaha Foto Copy Di Lingkungan Stain Jurai Siwo Metro Perspektif Etika Bisnis Islam.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Persaingan

1. Pengertian Persaingan

Persaingan menurut kamus bahasa indonesia berasal dari kata saing yang artinya berlomba saling mengungguli.¹⁸ Sehingga dapat diartikan persaingan merupakan tindakan-tindakan seseorang yang dilakukan kepada orang lain untuk mengungguli.

Persaingan yang berasal dari kata dasar “saing” yang berarti berlomba atau (mengatasi, dahulu mendahului), dengan kata lain yakni usaha untuk mempertahankan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, pertahanan dan sebagainya.¹⁹

Dari beberapa uraian di atas dapat disimpulkan bahwa persaingan merupakan suatu proses sosial di mana orang-perorangan atau kelompok manusia berusaha mengalahkan pihak lain tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan. Tujuannya mencapai sesuatu yang lebih daripada yang

¹⁸ Em Zulfajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Difa Publisher, 2007), h.722.

¹⁹ Adini dan Aditya, *kamus besar bahasa indonesia*, (Surabaya: Prima Media, 2002), hal. 382.

lainnya, baik itu dalam bentuk harta benda maupun dalam bentuk popularitas.

2. Aspek - Aspek Persaingan

Islam telah memberikan aturan rinci untuk menghindari muncul permasalahan akibat praktek persaingan yang tidak sehat. Minimal ada tiga unsur yang dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut islam.

a. Pihak-Pihak Yang Bersaing.

Seorang muslim akan memandang bisnis sebagai pelaksanaan perintah Allah karena itu tidak berfikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan. Baginya persaingan adalah berebut yang terbaik dihadapan Allah yang dicapai dengan cara sekuat tenaga untuk tetap setia mentaati aturannya dalam berbisnis, dan terbaik dihadapan manusia dengan menjalankan bisnis dengan produk yang bermutu, harga bersaing, dan dengan pelayanan total.²⁰

Pihak-pihak yang bersaing merupakan orang-orang yang mempunyai produk untuk dijual kepada konsumen dalam bentuk jasa/produk dimana adanya interaksi dengan produsen lain dan konsumen dengan tujuan menguasai pasar.

b. Segi Cara Bersaing

Bisnis merupakan bagian dari muamalah yang tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur tentang muamalah. Seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Dalam berhubungan dengan rekan bisnis setiap pebisnis muslim harus memperhatikan hukum-hukum islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakat haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi. Rasulullah SAW mencontohkan bagaimana bersaing dengan baik. Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang

²⁰ Muhammad Ismail Yusanto, M. Karebet W, *Menggagas Bisnis Islam Gema Insani*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 93.

sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat.²¹

Cara bersaing merupakan hal yang dilakukan oleh para produsen untuk mengungguli produsen lain dengan strategi-strategi yang dimiliki untuk menarik perhatian konsumen.

c. Produk (Barang dan Jasa) yang dipersaingan

Evaluasi pasar dan pemasaran perlu pula ditelaah kemungkinan suasana persaingan produk dimasa depan dengan jalan membandingkan kekuatan dan kelemahan produk dan perusahaan pesaing terhadap produk dan perusahaan sendiri. Perusahaan-perusahaan mana yang secara langsung dan tidak langsung akan menjadi pesaing utama.²² Dimensi kualitas, biaya kecepatan menyerahkan, keandalan, dan fleksibilitas, sekaligus menggambarkan dimensi daya saing yang dapat dipilih atau dimiliki oleh sebuah usaha.²³ Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

1) Produk

Produk yang dipersaingan baik barang maupun jasa harus halal, spesifikasinya harus jelas (tidak ada unsur penipuan) kualitasnya terjamin dan bersaing.

2) Harga

Harga produk harus kompetitif artinya tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.

²¹ *Ibid.*, h. 96.

²² Drs. Siswanto Sutojo, *Studi Kelayakan Proyek Teori & Praktek*, (Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1996), h. 34.

²³ Murdifin Haming, S.E., M.Si., Ph.D, Dr. Mahfud Nurnajamuddin, S.E., M.M, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur Dan Jasa*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), h. 42.

3) Tempat

Tempat usaha harus sehat, baik, bersih, dan nyaman. Harus juga terhindar dari hal-hal yang diharamkan.

4) Pelayanan

Pelayanan yang diberikan harus ramah tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat. Contohnya menempatkan perempuan cantik berpakaian seksi.

5) Pelayanan purnajual

Merupakan servis yang akan melanggengkan pelanggan. Akan tetapi ini akan diberikan dengan cara cuma-cuma atau sesuai dengan akad.²⁴

Dalam uraian diatas beberapa hal yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing dengan produsen lain yaitu dengan kualitas barang atau jasa, harga, tempat, dan pelayanan merupakan hal yang bisa digunakan untuk strategi para pelaku usaha.

3. Faktor-Faktor Persaingan

Faktor- faktor yang perlu dipelajari dan dipertimbangkan terhadap usaha sejenis yang telah ada adalah bagaimana kapasitas produksi mereka dan apakah mereka merencanakan untuk mengisi peluang yang masih ada. Dengan mengetahui faktor persaingan, tentu dapat dijadikan sebagai bahan

²⁴ M. Ismail Yusanto dan M. Karebet W, *Menggagas Bisnis Islam Gema Insani.*, h. 96.

informasi yang amat penting dan berguna untuk membandingkan dengan rencana usaha yang akan dikembangkan.²⁵

Menurut Porter terdapat lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industri, yaitu:

a. Ancaman pendatang baru (*threats of new entrants*)

Pendatang baru bagi suatu industri membawa kapasitas baru, karena ia berhasrat untuk ikut meraih dan menikmati pangsa pasar. Keputusan untuk menjadi pendatang baru, dalam suatu industri acapkali menaruh komitmen baru terhadap sumber daya yang akan digunakan, sehingga harga ditekan serendah mungkin dan keuntungan dibuat kecil, akibatnya profitabilitas industri menurun. Beberapa faktor penghambat untuk masuk dalam industri (*the barriers to entry*) dapat sejauh mana ancaman pendatang baru dalam suatu industri. Faktor penghambat tersebut antara lain skala ekonomi, diferensiasi produk, kebutuhan akan modal, pengenaan biaya pada pembeli untuk perubahan pemasok dan produk, saluran distribusi, kebijakan pemerintah, keunggulan biaya yang tidak bergantung pada skala ekonomis dan reaksi pasar.

b. Ancaman produk pengganti (*threats of substitute products*)

Ketersediaan barang pengganti menjadi penghalang mengenai harga yang dapat ditentukan oleh pimpinan pasar dalam mata industri. Harga yang tinggi dapat memicu pembeli beralih ke produk pengganti.

c. Kekuatan tawar menawar pembeli (*bargaining power of buyers*)

Konsumen atau pelanggan suatu industri mengharapkan harga serendah mungkin untuk memperoleh produk atau jasa dari industri (perusahaan pemasok) dengan cara membeli dalam jumlah yang besar sehingga perusahaan pemasok sebagai produk standar atau tidak terdeterminasi pembeli dapat menekan harga, karena banyak perusahaan yang menyediakan produk standar tersebut. Belum lagi jika pembeli ada kemauan dan kemampuan untuk melakukan integrasi ke hulu.

d. Kekuatan tawar menaawar pemasok (*bergaining power of suppliers*)

Jika pemasok mempunyai kekuatan yang cukup tinggi atas perusahaan industri, mereka dapat menaikkan harga cukup signifikan untuk mempengaruhi kemampuan pelanggan dalam menghasilkan laba. Kemampuan pemasok untuk memperoleh kekuatan atas perusahaan industri ditentukan oleh berbagai faktor, yaitu jumlah pemasok sedikit tetapi besar, produk pemasok merupakan masukan yang penting bagi pembeli, produk pemasok tidak ada produk alternatifnya.

e. Rivalitas di antara pesaing (*rivalry among existing firms*)

Rivalitas di antara perusahaan mengacu pada semua tindakan yang ditempuh oleh perusahaan dalam kelompok industri untuk memperbaiki

²⁵ Drs. H. M. Yacob Ibrahim, MM, *Sudi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 116.

posisi mereka masing-masing dan memperoleh keunggulan atas para pesaingnya. Persaingan itu akan bersifat positif, jika di antara perusahaan menciptakan dan mendorong stabilitas industri melalui perbaikan-perbaikan kemampuan dalam rangka menghasilkan laba. Sebaliknya jika tidak, persaingan itu menjadi kekuatan yang bersifat negatif. Faktor-faktor yang menimbulkan persaingan ketat antara lain:

- 1) Jika suatu industri sudah memasuki fase pertumbuhan lambat, perusahaan akan memfokuskan pada pangsa pasar dan cara merebut pangsa pasar dengan menengorbankan perusahaan lain.
- 2) Industri dengan karakteristik biaya tetap yang tinggi selalu mendapat tekanan untuk mempertahankan produksi pada kapasitas maksimum guna menutup biaya tetap.
- 3) Kekurangan diferensiasi yang mendorong pembeli untuk mencari harga paling baik.
- 4) Berdasarkan faktor-faktor persaingan tersebut agar nantinya dapat menyusun strategi pemasaran kompetitif yang efektif terutama persaingan dalam kelompok industri, maka diperlukan analisis mengenai kemampuan para pesaing.
 - a) Identifikasi pesaing
 - b) Penentuan sasaran pesaing
 - c) Identifikasi strategi pesaing
 - d) Evaluasi kekuatan dan kelemahan pesaing
 - e) Estimasi pola reaksi pesaing
 - f) Menentukan pesaing utama.²⁶

Persaingan dalam usaha yang terjadi pada dasarnya mereka berebut posisi dan berusaha untuk menguasai pangsa pasar yang ada. Pada umumnya mereka menggunakan taktik seperti persaingan harga, introduksi produk, dan perang promosi. Faktor-faktor persaingan adalah hal yang dapat digunakan sebagai strategi untuk rencana usaha dalam memenangkan persaingan dan pengembangan usahanya.

²⁶ Drs. Agus Sucipto, M.M, *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*, (Malang: Maliki Press, 2011), h. 61-62.

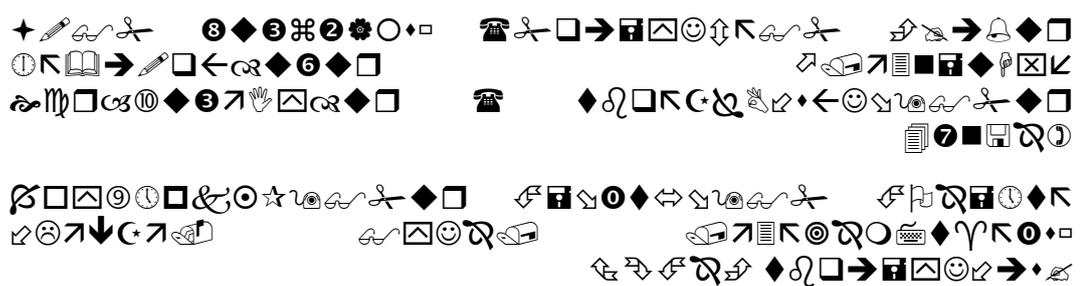
4. Etika Persaingan Pasar dalam Islam

Islam memandang dunia ini bukan sebagai sesuatu yang hina dan harus dihindari. Tapi islam menganjurkan agar bisa dimanfaatkan dunia sebagai bekal kehidupan akhirat. Al-Qur'an dan hadits sebagai sumber utama umat islam banyak memberikan penjelasan tentang bagaimana sikap terbaik yang harus dilakukan dalam kehidupan di dunia ini.

Selain memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk berbisnis islam juga memberikan beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normative yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang menjalankan usaha.

Berikut merupakan prinsip-prinsip persaingan dalam etika bisnis islam:

- a. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib . hal ini dijelaskan dalam QS. At Taubah : 105.



Artinya : “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 diberitahukan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.” (QS. At Taubah : 105)²⁷

²⁷ Dapertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Karya Agung), h. 273.

b. Rezeki yang kita cari haruslah rezeki yang halal. Yang termuat dalam

QS. Al-Baqarah : 275.



Artinya: “orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu. Adlah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhanntanya, lalu terus berhenti(sebelum datang larangan): dan urusannya (terserah) kepada Allah.orang-orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalh penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya. (QS. Al-Baqarah: 275).²⁸

c. Semua proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah

dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWt.

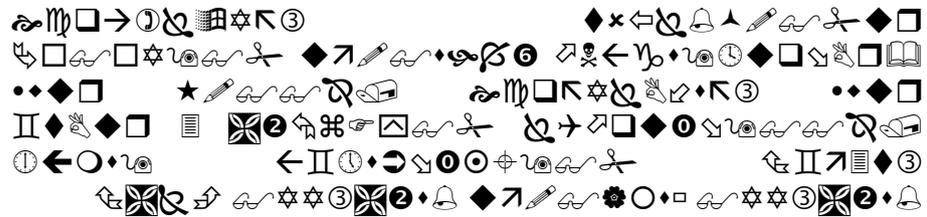
Sehingga ridho Allah merupakan tujuan utama dari aktivitas bisnis

kita. Hal ini dapat ditegaskan dalam QS. Al Jumu’ah : 10



²⁸Ibid., h. 58.

(orang) yang bukan ahlinya tunggulah saat kehancurannya”. Hal ini pun dijelaskan dalam QS. An Nisa : 38.³¹



Artinya : “ dan (juga) orang-orang yang menafkahkan harta mereka karena riy kepada manusia, dan orang-orang yang tidak beriman kepada Allah dan kepada hari kemudian. Barang siapa yang mengambil syaitan itu menjadi temannya, maka syaitan itu adalah teman yang seburuk-buruknya”. (QS. An Nisa : 38)³²

- g. Sikap pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para Nabi, para Shiddiqin, orang-orang mati syahid dalam peperangan dan orang-orang yang saleh (kelak di dalam surga)
- h. Bisnis yang dibolehkan islam yang akan dan sedang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup ketidakadilan dan penipuan dan menghantarkan mereka pada perang harga sesama muslim, yang pada akhirnya menghancurkan semua pihak.³³ Karena pada dasarnya manusia merupakan khalifah di bumi ini, sehingga kita bisa mengatur kehidupan ini lebih berkeadilan terhadap semua makhluk Allah SWT.

B. Konsep Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

³¹ *Ibid* h. 110.

³² *Ibid* h. 110.

³³ Didin Hafiduddin, *Islam Apukotik*, (jakarta, Pustaka, 2003), h. 81.

Al-ghazali dalam bukunya *Ihya* “ Ulumudin menjelaskan pengertian “ *khuluq*” (etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah , dengan dengan tidak membutuhkan fikiran.³⁴ Dalam bahasa Yunani etika berasal dari kata yaitu *Ethos* yang dalam bentuk jamaknya (ta tha) berarti adat kebiasaan. Pengertian etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun kelompok masyarakat.³⁵

Pengertian etika menurut filsafat dalam bukunya Hamzah Yaqub adalah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan mempertahankan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran.³⁶ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan, dapat disimpulkan bahwa etika adalah ilmu yang mengkaji tentang baik dan buruknya perilaku manusia yang dapat diterima oleh akal. Bisnis menurut skiner, sebagaimana telah dikutip oleh Pandji Anoraga adalah pertukaran barang dan jasa yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.³⁷

Straup dan attner sebagaimana dikutip M. Ismail Yusanto dari M. Karebet Widjajakusuma memandang bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan menjual barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh

³⁴ Ali hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h.171.

³⁵ Sonny A. Keraf, *Etika Bisnis*, (Jogjakarta: Kanisius, 1998), h. 14.

³⁶ Hamzah Yaqub, *Etika Bisnis*, (Bandung: CV.Diponegoro, 2003), h. 53.

³⁷ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 3.

profit. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra). Sedangkan jasa adalah aktifitas-aktifitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau bisnis lainnya.³⁸ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan suatu aktifitas usaha yang terjadi atas dasar saling menguntungkan atau memberi manfaat.

Berdasarkan makna etika dan bisnis diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis adalah salah satu rambu yang seharusnya dijadikan tolak ukur untuk menilai perilaku para pelaku bisnis yakni pemasok, produsen, distributor dan konsumen, bahkan masyarakat yang tidak ikut bertransaksi terjaga hak dan kepentingannya.

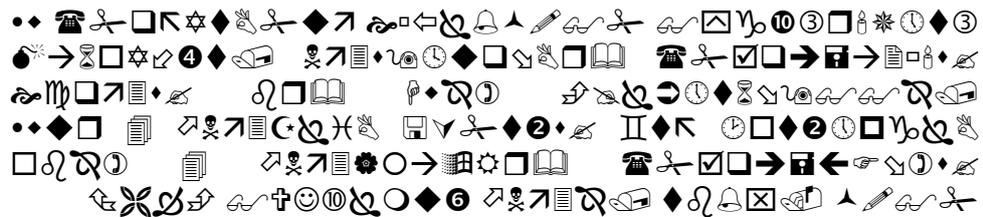
Adapun bisnis islam diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi dengan cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).³⁹

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bisnis islam merupakan aktivitas bisnis yang tidak dibatasi kuantitas, kualitas, kepemilikan barang atau jasa dan profitnya, namun perolehannya harta dan keuntungan dibatasi oleh syari'at islam.

³⁸ Muhammad Ismail Yusanto, M. Karebet W, *Menggagas Bisnis Islam.*, h. 15.

³⁹ *Ibid.*, h. 18.

Dalam ayat Al-Qur'an jelas memuat tuntutan dalam berbisnis dengan rambu-rambu yang diatur secara rinci yang termuat dalam firman Allah swt.



Artinya: *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[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*(QS.An-Nisa':29).⁴⁰

Ayat diatas menunjukkan bahwa sesama manusia memang akan terjadi pertukaran harta berupa uang dan jasa. Allah menggariskan agar proses pertukaran (kegiatan bisnis) itu tidak dilakukan secara bathil tetapi harus melalui perniagaan atas dasar suka sama suka. Disini jelas sekali terlihat standar etika dan moral sangat dipersyaratkan.

Dari beberapa uraian diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis islam adalah sebagai penerapan prinsip-prinsip syari'at islam yang bersumber dari Al-Qu'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW, dalam dunia bisnis agar perilaku pelaku bisnis sesuai dengan koridor islam.

Kehidupan manusia memerlukan moral, tanpa moral kehidupan manusia tidak mungkin berlangsung. Manusia adalah khalifah Allah, manusia diberi kelengkapan dalam menjalani kehidupan dengan

⁴⁰ Dapertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* ., h. 107.

akalnya. Akal tak lain adalah suatu makhluk yang mengatur dan mengelola makhluk yang lain, agar terjadi keseimbangan dalam kehidupannya.⁴¹

Dengan adanya moral, etika atau akhlak yang baik, maka kita akan mengarah kepada yang bermanfaat dan berguna bagi manusia. dengan etika, manusia akan dapat membedakan antara tingkah laku yang baik dan yang buruk. Dan senantiasa mudah dalam menjalankan hidup, bersosialisai terhadap sesama manusia, dan tidak akan mengganggu lingkungan sekitar.

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

a. keesaan/tauhid

prinsip utama etika bisnis islam dan yang membedakan dengan etika bisnis konvensional adalah konsep ketuhanan/ ketauhidan. Ismail Raji al Faruqi menegaskan bahwa untuk bersaksi bahwa tiada tuhan selain Allah, adalah meyakini bahwa ia sendirilah sang pencipta yang memberikan wujud kepada segala sesuatu.⁴² Setiap tingkah laku dan perbuatan manusia tidak akan pernah luput dari ketentuan Allah SWT.⁴³

Seperti yang disebutkan dalam QS. Al-Hadid :4, bahwa:



Artinya : “ *Dia bersama kamu dimana saja kamu berada. Dan Allah maha melihat apa yang kamu kerjakan* ”.⁴⁴

⁴¹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah.*, h.172.

⁴² Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 82.

⁴³ Gemala Dewi, et al, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005),

⁴⁴ QS. Al-Hadid :4.

Teungku Muhammad Hasbi ash-Shiddieqy dari ayat ini menjelaskan bahwa, Allah melihat semua perbuatan manusia dimana saja manusia berada. Lafal ini adalah suatu perumpamaan bahwa ilmu Allah itu meliputi semua apa yang diperbuat manusia, walaupun dimana saja berada. Allah senantiasa memperhatikan semua perbuatan dan senantiasa melihat perbuatan manusia. Tidak ada sesuatu pun yang tersembunyi baginya.⁴⁵

Berdasarkan pendapat di atas, dari prinsip ini dapat dikatakan bahwa kegiatan bisnis tidak boleh terlepas dari nilai-nilai ketauhidan, karena dengan mengingat Allah, manusia tidak akan berbuat sekehendak hatinya termasuk dalam kegiatan berbisnis.

b. Keseimbangan/Keadilan

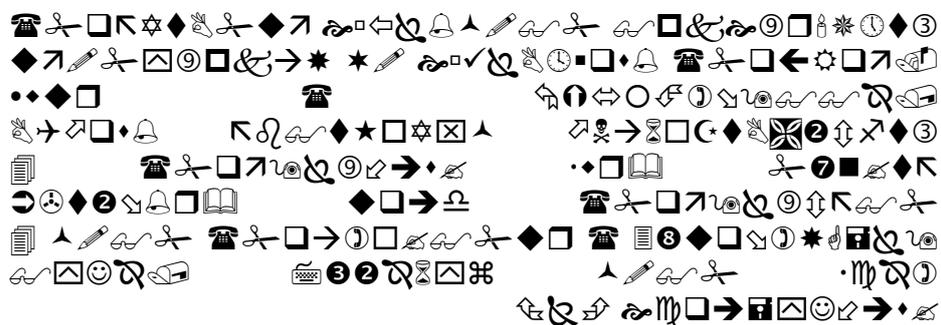
prinsip etika bisnis islam yang kedua yaitu keseimbangan dan keadilan . dimana diartikan sebagai perbuatan yang berlaku adil dan berbudi luhur, bersedia untuk mengajui kesalahan dan perlihatkan komitmen keadilan,persamaan perlakuan individual dan toleran terhadap perbedaan, tidak bertinda melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kesalahan atau kemalangan orang lain.⁴⁶

⁴⁵ Teungku Muhammad Hasbi ash-Shiddieqy, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nur* 5, h. 4104

⁴⁶ Mudjiarto dan Alias Wahid, *Membangun Karakter Dan Kepribadian Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 62.

Keseimbangan merupakan “konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan dirugikan”.⁴⁷ Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, diharuskan berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.⁴⁸

Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT.



Artinya: 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.

Bersikap adil, Allah tekankan kepada manusia dalam melakukan perbuatan, karena adil menjadikan manusia lebih dekat kepada takwa kepada Allah SWT.⁴⁹

Berdasarkan uraian di atas, bisa dikatakan bahwa prinsip ini mengajarkan bahwa dalam melakukan suatu tindakan bisnis harus selalu memikirkan keadilan bagi orang lain dan lingkungan, tidak boleh

⁴⁷ Erni R. Ernawan, *Business Ethics*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 117.

⁴⁸ Abdul Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 45.

⁴⁹ Gemala Dewi, et al., *Hukum Perikatan.*, h.33.

memikirkan keuntungan sendiri sedangkan ada pihak-pihak yang dirugikan dari kegiatan tersebut.

c. Kehendak Bebas

Selanjutnya, prinsip etika bisnis islam yang ketiga adalah kehendak bebas. Muhammad memberikan arti bahwa kehendak bebas adalah prinsip yang mengantar manusia meyakini bahwa Allah tidak hanya memiliki kebebasan mutlak, tetapi Dia juga dengan sifat Rahman dan Rahim-Nya menganugerahkan manusia kebebasan kepada manusia untuk memilih jalan yang terbentang, antara kebaikan dan keburukan.⁵⁰

Namun perlu dipahami bahwa pada tingkat tertentu , manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri, tapi tidak boleh mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya di tuntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT.⁵¹

Ini artinya kebebasan yang diberikan Allah tidaklah mutlak sepanjang tidak bertentangan dengan syariah islam, maka kegiatan apapun boleh dilaksanakan. Manusia bebas menentukan pilihan, tapi yang menentukan hukumnya adalah Allah.

⁵⁰ Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat.*, h. 83.

⁵¹ Rafiq Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 37.

d. Tanggung jawab

Allah SWT menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan membuatnya bertanggungjawab atas semua yang dilkukan. Adapun pertanggung jawaban itu adalah kepada beberapa pihak, yaitu:

- 1) Kepada dirinya sendiri, atau dalam etika kepada nuraninya yang mungkin setiap saat menuntut pertanggung jawaban atas segala yang telah dilakukannya.
- 2) Kepada orang-orang yang mempercayakan seluruh kegiatan bisnis dan manajemen kepadanya.
- 3) Kepada pihak-pihak yang terlibat denganya dalam urusan bisnis.
- 4) Kepada pihak ketiga, yaitu masyarakat seluruhnya yang secara tidak langsung terkena akibat dari keputusan dan tindakan bisnisnya.⁵²

Berdasarkan semua tanggungjawab yang disebutkan di atas, dapat dipahami bahwa yang paling mendasar adalah tanggung jawab kepada Allah SWt yang telah menciptakan manusia dan alam semesta ini. Karena jika manusia memiliki rasa tanggung jawab kepada Allah SWT, maka secara otomatis akan bertanggung jawab pula kepada pihak-pihak lain setelahnya.

⁵² Buranuddin Salam, *Etika Sosial Atas Moral Dalam Kehidupan Manusia*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2002), h. 161.

e. Kejujuran dan Kebeneran

Kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh manusia dalam segala bidang kehidupan, termasuk dalam kegiatan bisnis. Jika sifat juju tidak diterapkan dalam bisnis, maka akan merusak bisnis itu sendiri.⁵³ Berdasarkan pernyataan di atas, dapat dipahami bahwa dalam kegiatan bisnis setiap pihak yang terkait harus bersikap jujur kepada semua pihak yang terlibat.

Selain harus jujur, kegiatan bisnis bisa dikatakan benar apabila memiliki manfaat bagi para pihak yang melakukan kegiatan dan juga bagi masyarakat dan lingkungan. Sedangkan bisnis yang mendatangkan mudharat adalah dilarang.⁵⁴ Jadi bisa disimpulkan bahwa, setiap kegiatan muamalah termasuk bssnis harus dilandasi kejujuran dari setiap pihak yang terkait serta harus memberikn manfaat kepada semua pihak, baik bagi yang melakukan kegiatan maupun masyarakat luas dan masyarakat sekitar.

f. Kebajikan

“ kebajikan (*ihsan*) atau kebaikan terhadap orang lain didefiisikan sebagai tindakan yang menguntungkan orang lain dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun.”⁵⁵ Jadi, kebajikan itu lahir dari dalam diri sendiri

⁵³ Gemala Dewi , et al., *Hukum Perikatan.*, h. 37.

⁵⁴ *Ibid.*,

⁵⁵ Rafiq Issa Beekum, *Etika Bisnis.*, h.37

tanpa ada permintaan atau paksaan dari orang lain, kesadaran untuk berbuat baik terhadap orang lain lahir sebelum orang lain memintanya.

Berdasarkan kelima prinsip-prinsip etika bisnis islam di atas, dapat disimpulkan bahwa, prinsip keesaan/tauhid, keseimbangan/keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kejujuran serta kebajikan adalah prinsip yang mendasari dari segala aktivitas manusia. Selanjutnya diharapkan agar manusia dapat berpedoman pada prinsip-prinsip tersebut sehingga aktivitas yang dijalankan manusia tidak akan terlepas dari norma-norma islam yang diridhai oleh Allah SWT.

3. Tujuan Etika Bisnis Islam

Ahmad amin mengatakan bahwa tujuan etika bisnis islam yaitu:

- a. Membuka mata manusia untuk melihat agar mengetahui mana yang baik dan yang buruk secara teori.
- b. Mempengaruhi dan mendorong kehendak manusia, supaya membentuk hidup yang suci.
- c. Menghasilkan kebaikan dan kesempurnaan.
- d. Memberi faedah kepada sesama manusia.
- e. Etika itu adalah mendorong kehendak agar berbuat baik, akan tetapi ia tidak selalu berhasil kalau tidak ditaati oleh kesucian manusia.⁵⁶

⁵⁶ Ahmad Amin, *Etika (ilmu akhlak)*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1995), h. 6-7.

Etika bisnis islam bertujuan untuk menyelamatkan kehidupan manusia sehingga tercapai kesejahteraan, keselarasan sosial ekonomi dalam kehidupan individu maupun kelompok.⁵⁷

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa tujuan etika bisnis islam adalah untuk mengarahkan segala tindak laku manusia dalam berbisnis sesuai dengan syariat islam, artinya pebisnis muslim harus bisa membedakan yang boleh dilakukan atau yang tidak boleh dilakukan dalam islam untuk mencapai kehidupan yang sejahtera sebagai individu maupun kelompok masyarakat.

⁵⁷ Muhammad, *Paradigma Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 50.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian lapangan. Menurut Abdurahman Fathoni penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala-gejala objektif sebagai objektif sebagai terjadi di lokasi tersebut yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah.⁵⁸

Penelitian lapangan sangat tepat digunakan karena metode ini merupakan metode untuk menemukan realita yang terjadi untuk menyelidiki gejala-gejala yang terkait dengan Persaingan Usaha Foto

⁵⁸Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*,(Jakarta,Pt Rineka Cipta,2011),h.96

Copy Di Lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro Perspektif Etika Bisnis Islam.

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang peneliti gunakan bersifat deskriptif kualitatif. Menurut Husein Umar deskriptif adalah “menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu”.⁵⁹ sedangkan menurut Sudarto, kualitatif merupakan prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati.⁶⁰ Berdasarkan uraian diatas penelitian deskriptif kualitatif adalah menggambarkan fakta apa adanya dengan cara sistematis dan akurat tentang perilaku yang terjadi.

Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.⁶¹ Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memaparkan atau menguraikan fakta yang terjadi berdasarkan data-data yang diperoleh untuk menggambarkan persaingan yang terjadi pada usaha foto copy dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro perspektif etika bisnis islam.

⁵⁹Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*,(Jakarta,PT Raja Grafindo Persada,2009), h.22

⁶⁰Moh. Kasiram, *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*,(Yogyakarta,Sukses Offset,2010), h, 175

⁶¹Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 75.

B. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁶² Dalam penelitian ini jumlah populasinya yaitu usaha foto copy . Populasinya sebanyak 12 unit usaha foto copy yang berada disekitar lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro.

2. Sampel

Sampel ialah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu yang disebut dengan teknik sampling.⁶³ Berdasarkan hal tersebut, sampel yang peneliti gunakan adalah sampel purposif (*purposive sample*). Joko Subagyo menjelaskan bahwa sampel purposif dengan berdasarkan pertimbangan subyektif penelitian, dimana persyaratan yang dibuat sebagai kriteria harus dipenuhi sebagai sampel.⁶⁴ Berdasarkan penjelasan diatas, populasi pada penelitian ini adalah 12 unit usaha foto copy dan peneliti mengambil sampel 6 unit usaha foto copy dari jumlah populasi yang ada, dimana dari 6 unit usaha foto copy diambil di beberapa tempat yang berbeda 2 dari lingkungan dalam STAIN Jurai Siwo Metro, dan 4 usaha foto copy yang berada dilingkungan luar STAIN Jurai Siwo Metro. Dari beberapa tempat yang

⁶² Muhammad, *Metedologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 103.

⁶³ Husaini Usman dan Purnomo Setiady, *Metedologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 43.

⁶⁴ P. Joko Subagyo, *Metodelogi Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 31-32.

berbeda nantinya diharapkan peneliti dapat mengetahui persaingan yang terjadi antara unit usaha foto copy yang ada dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro.

C. Sumber Data

Data adalah segala informasi yang diolah untuk kegiatan penelitian sehingga dapat disajikan sebagai dasar pengambilan keputusan.⁶⁵ Jadi sesuatu yang dapat disajikan sebagai dasar pengambilan keputusan disebut sebagai data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Data merupakan hasil pencatatan baik yang berupa fakta yang disajikan bahan untuk menyusun informasi.⁶⁶

Penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang hendak diungkap, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang dapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau

⁶⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 97

⁶⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi IV*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), h. 129

hasil pengisian kuensioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.⁶⁷ Dalam hal ini penulis melakukan penelitian secara langsung kepada 6 (enam) unit usaha foto copy yang ada dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro. Peneliti mendapatkan sumber data primer secara langsung dengan beberapa narasumber yaitu pemilik atau pengelola usaha foto copy yang berada di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang sudah tersedia sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkannya, data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia.⁶⁸ Sumber sekunder adalah sumber penunjang. Sumber data sekunder merupakan data yang mencakup dokumen-dokumen, buku-buku, hasil penelitian, yang berwujud laporan, buku harian, majalah, koran, makalah, internet, dan lain-lain.⁶⁹ Sumber data sekunder diperoleh berupa buku yang berkaitan dengan penelitian diantaranya tentang persaingan dan peluang pasar.

D. Teknik Pengumpulan Data.

1. Wawancara/ *Interview*

⁶⁷ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*,(Jakarta:Rajawali Pers,2009), h.42

⁶⁸ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h. 57.

⁶⁹ Moh. Kasmir, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Malang,UIN Malik Pers, 2010), h. 178.

Untuk memudahkan dalam mengetahui kondisi yang diinginkan, maka peneliti menggunakan metode wawancara. Metode interview atau wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara penulis dan responden.⁷⁰ Sedangkan, bentuk interview penulis menggunakan interview terstruktur, yaitu wawancara yang memuat pertanyaan secara terperinci yang akan ditanyakan.⁷¹ Guna memperoleh data yang ada kaitannya dengan penelitian ini, maka peneliti mencari informasi kepada pihak-pihak yang berkaitan langsung. Wawancara/ *Interview* dilakukan kepada 6 (enam) usaha foto copy yang berada di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro selaku pihak pemilik usaha, pengelola dan karyawan. Beberapa pihak-pihak yang diwawancarai yaitu Bapak Nurdin Yusuf sebagai pengelola usaha Foto Copy As-Salam, Bapak Iin Agus sebagai pemilik usaha Foto Copy SONET , Bapak Irwan sebagai pemilik usaha Foto Copy ASYRAF, Bapak Hendri pemilik Foto Copy GANESA, Bapak Surya selaku karyawan/pengelola usaha Foto Kopi SYIRKAH, Bapak Ewang sebagai pemilik usaha Foto Copy MITRA, guna memperoleh informasi tentang persaingan yang terjadi pada usaha foto copy di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan oleh seorang psikolog

⁷⁰ W. Gulo, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta, PT. Grafindo, 2005), h.119.

⁷¹ *Ibid*, h. 120.

dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadinya.⁷² Dokumentasi yang diperlukan dalam pengumpulan data, adalah dokumen-dokumen atau catatan dan juga buku-buku yang berkaitan dengan persaingan dan peluang pasar pada usaha foto copy di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.⁷³

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yaitu berupa keterangan-keterangan dalam bentuk uraian-uraian sehingga untuk menganalisisnya dipergunakan cara berpikir induktif. Teknik analisa data dilakukan melalui beberapa tahapan yang telah ditentukan yakni identifikasi, klasifikasi dan selanjutnya diinterpretasikan dengan cara menjelaskan secara deskriptif. Metode berpikir induktif yaitu bertitik tolak dari fakta-fakta khusus, peristiwa-peristiwa tersebut ditarik generalisasi yang mempunyai sifat umum.⁷⁴

Dengan cara berfikir induktif, peneliti dapat melihat Persaingan Usaha Foto Copy Di Lingkungan Stain Jurai Siwo Metro Perspektif Etika

⁷². Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian.*, h. 112.

⁷³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), h.248.

⁷⁴. Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid 1*, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 1985), h. 70.

Bisnis Islam. Hal ini dapat diketahui setelah peneliti mendapatkan informasi dan data yang diperlukan dari buku-buku dan juga dokumen dokumen.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Profil Kondisi Wilayah 15A Iring Mulyo

Kota Metro terbagi atas 5 kecamatan berdasarkan Peraturan Daerah Kota Metro No. 25 tahun 2000 tentang Pemekaran Kelurahan dan Kecamatan di Kota Metro, wilayah adminidtrasi pemerintahan Kota Metro dimekarkan menjadi 5 kecamatan yang meliputi 22 kelurahan. Kecamatan Metro Timur terbagi terbagi menjadi menjadi 5 kelurahan dan salah satunya yaitu Kelurahan Iring Mulyo 15a dinamakan oleh Bapak Parto Sudirjo dikarenakan posisi wilayah yang miring dan diharapkan turut membawa kemakmuran dan kemuliaan.⁷⁵

⁷⁵ Dokumentasi Sejarah Kota Metro

Kelurahan Iring Mulyo merupakan wilayah daratan rendah dengan ketinggian tanah dari permukaan laut 25-60 m dan memiliki luas wilayah 221 Ha. Jarak dari pusat pemerintahan kota sekitar 2 km sementara dari Ibukota provinsi sekitar 48 km. Jumlah penduduk Kelurahan Iring Mulyo berdasarkan jenis kelamin, yaitu 13.516 orang/jiwa yang terdiri dari 6.832 orang/jiwa laki-laki dan 6684 orang/jiwa perempuan, sedangkan kepala keluarga berjumlah 3.049 KK.⁷⁶

Profesi atau mata pencaharian penduduk Iring Mulyo adalah karyawan swasta, buruh, pedagang, PNS dan sedikit dari kalangan petani, pertukangan, TNI/Polri, jasa, industri kecil, juga pekerjaan sektor informal lainnya. Kelompok karyawan swasta dan pedaganglah yang mendominasi masyarakat Kelurahan Iring Mulyo. Batas wilayah Kelurahan Iring Mulyo berdasarkan Peraturan Daerah tahun 2000 yaitu Sebelah Utara Kelurahan Yosorejo dan Kelurahan Yosodadi, sebelah Selatan Kelurahan Tejo Agung dan Kelurahan Mulyojati, Sebelah Barat Kelurahan Metro, dan Sebelah Timur Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur.⁷⁷

Kota Metro terkenal dengan sebutan kota pendidikan karena terdapat banyak lembaga-lembaga pendidikan mulai dari Paud, TK, SD/MI, SMP/MTS, SMA/SMK/MAN, Pondok Pesantren Dan Perguruan Tinggi. Adapun beberapa lembaga pendidikan yang ada di Kota metro yang termasuk ke dalam wilayah Kelurahan Iring Mulyo, diantaranya yaitu SDN 01 Metro Timur, SDN 02 Metro, SDN 04 Metro Timur, SMP N 2 Metro, SMP N 4 Metro, SMKN 1 Kota

⁷⁶ Monografi keurahan iring mulyo

⁷⁷ *Ibid.*,

Metro, SMK N 3 Metro, MAN 1 Metro, SMK 1 Ganesa, STAIN Jurai Siwo Metro, Universitas Muhamadiyah Metro.

Wilayah 15A Iring Mulyo merupakan kawasan yang kompleks selain terdapat lembaga pendidikan dari berbagai jenjang pendidikan terdapat juga perkantoran yang meliputi Kantor Dinas Pendidikan dan Kantor Kecamatan selain itu terdapat juga Kantor Kesehatan seperti adanya Puskesmas. Selain itu terdapat juga komplek perumahan yang berada di 15A Iring Mulyo diantaranya Perumahan Ganesa dan Rusunawa.

Wilayah 15A Iring Mulyo merupakan tempat yang masuk ke dalam kawasan pendidikan dimana banyaknya lembaga pendidikan. Kawasan pendidikan merupakan tempat yang strategis untuk setiap unit di antaranya usaha foto copy dikarenakan melihat banyaknya lembaga pendidikan yang ada. Salah satu kebutuhan pelajar, mahasiswa dan dinas perkantoran maupun pendidikan yang sangat membutuhkan jasa foto copy sebagai alat penggandaan berkas dan lainnya oleh karena itu, kebutuhan akan jasa foto copy sangatlah besar. Terbukti dengan banyaknya usaha foto copy yang berada di lingkungan 15A Iring Mulyo. Faktor yang melatarbelakangi banyaknya usaha foto copy di lingkungan 15A Iring Mulyo adalah banyaknya jumlah konsumen yang meliputi pelajar, mahasiswa dan Dinas Pemerintahan maupun Dinas Kesehatan.

B. Persaingan Usaha Foto Copy Di Lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro

Dalam aktivitas usaha sehari-hari dalam tidak terlepas dari persaingan. Persaingan dalam bisnis adalah hal yang wajar, begitu pula dengan persaingan

bisnis yang terjadi para usaha foto copy di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro.

Beberapa usaha foto copy berdiri di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro keberadaannya mudah ditemui hampir disepanjang jalan dapat ditemui jasa foto copy. Ada sekitar 12 (dua belas) usaha foto copy yang letaknya disekitar lingkungan STAIN Jurai siwo metro. Dengan adanya beberapa jasa foto copy yang ada tidak dapat dihindarkan terjadinya persaingan antar usaha foto copy. Beberapa strategi digunakan untuk menarik konsumen dan mendapatkan pangsa pasar. Peneliti telah meneliti beberapa usaha foto copy yang ada untuk mengetahui persaingan yang terjadi antar usaha foto copy. Diantara 12 usaha foto copy yang ada di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro peneliti meneliti 6 (enam) usaha foto copy.

1. Persaingan Harga

Harga merupakan faktor yang paling menentukan dalam memenangkan persaingan. Karena konsumen akan lebih selektif dengan harga yang ditetapkan di pasaran. Begitu juga dengan beberapa usaha foto copy dengan beberapa harga yang telah ditetapkan.

Narasumber pertama Foto Copy As-Salam yang terletak di dalam STAIN Jurai Siwo Metro yang dikelola oleh Bapak Nurdin Yusuf dan Bapak Umar selaku pemodal yang mempercayakan pengelolaannya kepada Bapak Nurdin Yusuf. Bapak Nurdin Yusuf selaku pengelola usaha Foto Copy As-Salam menjelaskan persaingan yang terjadi dengan usaha foto

copy yang lain berjalan dengan baik bahkan menjelaskan tidak adanya persaingan antar usaha foto copy yang lain terutama pada foto copy yang berada di dalam STAIN Jurai Siwo Metro karena telah membuat kesepakatan tentang penetapan harga bersama antara pemilik usaha foto copy sonet yang berada bersebelahan. Beberapa penetapan harga diantaranya:

- a. Harga satuan foto copy sebesar Rp. 150 per lembar.
- b. Harga print sebesar Rp. 500 per lembar
- c. Harga jilid sebesar Rp. 2500
- d. Berkas-berkas keperluan mahasiswa.
- e. dan penjualan ATK

Seperti yang pengelola jelaskan tidak adanya persaingan harga Persaingan pasar diserahkan sepenuhnya kepada mekanisme pasar itu sendiri. Kesepakatan harga hanya terjadi dengan foto copy terdekat saja dan untuk usaha foto copy lain tidak dikarenakan kurangnya komunikasi terbukti dengan kurangnya mengetahui harga yang ditentukan pada usaha foto copy lainnya.⁷⁸

Narasumber kedua Foto Copy SONET yang letaknya bersebelahan dengan Foto Copy As-Salam yang telah bersepakat untuk menyamakan harga jasa mereka maupun harga-harga alat tulis kantornya.

- a. Harga satuan foto copy sebesar Rp. 150 per lembar.
- b. Harga print sebesar Rp.250 per lembar

⁷⁸ Wawancara kepada Bapak Nurdin Yusuf pengelola Foto Copy As-Salam

- c. Berkas-berkas keperluan mahasiswa.
- d. Harga jilid sebesar Rp. 2500.
- e. dan penjualan ATK

Pemilik Foto Copy Sonet juga menjelaskan bahwasanya dalam harga telah bersepakat untuk menyamakan harga usaha foto copy mereka baik harga foto copy, print, jilid dan yang lainnya. Menyamakan harga foto copy dilakukan agar tidak adanya persaingan antar usaha foto copy yang nantinya dapat memberikan hal yang tidak baik pada usaha foto copy.⁷⁹

Nara sumber ketiga Foto Copy Syirkah yang terletak di depan STAIN Jurai Siwo Metro atau samping MAN 1 Kota Metro. Foto Copy Syirkah merupakan foto copy yang berdiri atas pengembangan koperasi yang ada di MAN 1 Kota Metro beberapa harga yang ditetapkan diantaranya:

- a. foto copy per lembar Rp. 150
- b. print semua ukuran kertas per lembar Rp. 250
- c. print berwarna per lembar Rp. 500
- d. jilid Rp. 2500
- e. dan penjualan ATK.

Penetapan harga yang dilakukan oleh pengelola koperasi dilakukan atas dasar agar konsumen yang umumnya siswa dan staf MAN 1 Metro tidak merasa keberatan dengan harga. Selain itu juga melihat harga yang digunakan oleh foto copy lain. Walaupun ada perbedaan

⁷⁹ Wawancara kepada Bapak Iin Agus pemilik Foto Copy Sonet

perbedaan dengan beberapa foto copy tidak merasa keberatan atas harga usaha foto copy lain.⁸⁰

Narasumber ke empat Foto Copy MITRA yang letaknya di depan kampus STAIN Jurai Siwo Metro yang bersebelahan dengan Foto Copy Syirkah. Adapun harga yang diberikan diantaranya sebagai berikut:

- a. Foto copy per lembar ukuran A4 Rp. 150
- b. Foto copy per lembar ukuran legal Rp. 175
- c. Print semua ukuran kertas Rp. 350
- d. Print berwarna Rp. 500
- e. Jilid Rp. 2.500
- f. Dan penjualan ATK.

Penetapan harga yang dilakukan oleh pemilik didasarkan oleh beberapa hal seperti adanya biaya sewa gedung yang membuat harga yang ditetapkan berbeda dengan beberapa foto copy yang ada akan tetapi tidak menetapkan harga di atas harga pasaran yang berlaku karena takut akan jasa foto copy nya tidak laku. Dengan begitu pemilik tetap mengedepankan pelayanan yang baik kepada konsumen.⁸¹

Narasumber ke lima Foto Copy Arsyaf yang terletak di Jl. Terong yang dimiliki dan dikelola oleh Bapak Irwan. Harga merupakan salah satu strategi yang dipakai untuk menarik konsumen. Beberapa harga pada foto copy diantaranya

- a. foto copy per lembar Rp. 150

⁸⁰ Wawancara kepada Bapak Surya pengelola/karyawan Foto Copy Syirkah

⁸¹ Wawancara kepada Bapak Ewang pemilik Foto Copy Mitra

- b. Print Rp. 350
- c. jasa jilid Rp. 2500
- d. dan penjualan ATK.

Penetapan harga yang dilakukan melihat harga foto copy lain karena dengan begitu dapat meminimalkan persaingan yang ada. Karena harga dapat mempengaruhi minat konsumen. Oleh karena itu pemilik Usaha Foto Copy Arsyaf menetapkan harga yang tidak terlalu mahal agar dapat menarik minat konsumen yang ada.⁸²

Narasumber ke enam Foto Copy Ganesa yang terledak di Jl. Terong yang letaknya berhadapan dengan Foto Kopy Arsyaf. Beberapa daftar harganya:

- a. Jaas foto copy 150
- b. Jilid 2500
- c. Dan penjualan ATK

Pemilik usaha yaitu bapak hendri menjelaskan harga yang berlaku pada usahanya sama pada umumnya seperti usaha foto copy lain walaupun ada yang lebih murah dibandingkan dengan usaha miliknya. Namun walaupun harga usaha foto copy lain ada yang lebih murah tidak ada rasa keberatan dengan penetapan harga tersebut.⁸³

Berikut daftar perbedaan harga ke-6 usaha foto copy:

	Foto Copy As-	Foto Copy Sonet	Foto Copy Syirkah	Foto Copy Mitra	Foto Copy Arsyaf	Foto Copy Ganesa
--	---------------	-----------------	-------------------	-----------------	------------------	------------------

⁸² Wawancara kepada Bapak Irwan pemilik Foto Copy Arsyaf

⁸³ Wawancara kepada Bapak Hendri pemilik Foto Copy Ganesa

	Salam					
Foto Copy	Rp. 150	Rp. 150	Rp. 150	Rp. 150- Rp. 175	Rp. 150	Rp. 250
Print Out	Rp. 500	Rp.250	Rp.250	Rp. 350	Rp. 350	-
Jilid	Rp. 2.500	Rp. 2.500	Rp. 2.500	Rp. 2.500	Rp. 250	Rp. 4.000- Rp. 8.000

2. Pelayanan (Purnajual)

Foto Copy As-Salam para pengusaha hanya memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen dan menjaga mutu jasa mereka seperti: kerapihan, kecepatan, pengadaan beberapa komputer, dan keramahan kepada konsumen diharapkan konsumen menyukai pelayanan yang diberikan. Selain itu disediakan beberapa komputer yang dapat digunakan mahasiswa untuk keperluan yang diharapkan dapat memberikan fasilitas yang memadai. Selain itu Penyediaan beberapa berkas yang diperlukan mahasiswa.⁸⁴

Foto Copy Sonet memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen dan menjaga mutu jasa mereka seperti: kerapihan, kecepatan, pengadaan beberapa komputer, dan keramahan kepada konsumen diharapkan konsumen menyukai pelayanan yang diberikan.

⁸⁴ Wawancara kepada Bapak Nurdin Yusuf pengelola Foto Copy As-Salam

Penyediaan beberapa berkas yang diperlukan mahasiswa seperti jadwal mata kuliah, nota dinas, lembar persetujuan seminar, lembar pengesahan munaqosyah, blangko judul. pelayanan dan mutu diberikan sebaik mungkin kepada konsumen agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Komunikasi antar pelaku usaha foto copy juga terjalin dengan dengan baik dan saling terbuka satu sama lain baik terhadap harga barang atau jasa mereka.⁸⁵

Nara sumber ketiga Foto Copy Syirkah yang terletak di depan STAIN Jurai Siwo Metro atau samping MAN 1 Kota Metro. Foto Copy Syirkah merupakan foto copy yang berdiri atas pengembangan koperasi yang ada di MAN 1 Kota Metro adapun Para pengusaha hanya memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen dan menjaga mutu jasa mereka seperti: kerapihan, kecepatan, pengadaan beberapa komputer, dan keramahan kepada konsumen diharapkan konsumen menyukai pelayanan yang diberikan.⁸⁶

Narasumber ke empat Foto Copy Mitra yang letaknya di depan kampus STAIN Jurai Siwo Metro yang bersebelahan dengan Foto Copy Syirkah. Para pengusaha hanya memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen dan menjaga mutu jasa mereka seperti: kerapihan, kecepatan, pengadaan beberapa komputer, dan keramahan kepada konsumen diharapkan konsumen menyukai pelayanan yang diberikan.⁸⁷

⁸⁵ Wawancara kepada Bapak Iin Agus pemilik Foto Copy Sonet

⁸⁶ Wawancara kepada Bapak Surya pengelola/karyawan Foto Copy Syirkah

⁸⁷ Wawancara kepada Bapak Ewang pemilik Foto Copy Mitra

Narasumber ke lima Foto Copy Asraf yang terletak di Jl. Terong yang dimiliki dan dikelola oleh Bapak Irwan. Para pengusaha hanya memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen dan menjaga mutu jasa mereka seperti: kerapihan, kecepatan, pengadaan beberapa komputer, dan keramahan kepada konsumen.

Pelayanan diberikan sebaik mungkin dan sesegera agar konsumen tidak merasa menunggu terlalu lama, komunikasi juga terjalin dengan konsumen dengan baik agar konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.⁸⁸

Narasumber ke enam Foto Copy Ganesa Strategi yang digunakan dalam usaha foto copy ini lebih mengedepankan mutu dan pelayanan yang baik serta pengadaan peralatan peralatan pendukung yang dapat menunjang hasil yang baik. Keramahan juga diberikan kepada setiap pelanggan yang datang supaya pelanggan merasa nyaman dan terkesan. Tempat foto copy disusun dengan rapi supaya ketika ada konsumen merasa nyaman dengan keadaan foto copy.⁸⁹

Secara keseluruhan pelayanan diberikan kepada usaha foto copy sudah dengan maksimal dengan sebaik mungkin dan tidak ada yang mengarah ke arah maksiat maupun dengan hal-hal lainnya yang dilakukan diluar etika. Usaha foto copy yang ada di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro juga tidak menggunakan cara-cara yang dapat merugikan usaha lain.

3. Lokasi atau Tempat Usaha

⁸⁸ Wawancara kepada Bapak Irwan pemilik Foto Copy Arsyaf

⁸⁹ Wawancara kepada Bapak Hendri pemilik Foto Copy Ganesa.

Tempat merupakan salah satu yang menunjang dalam usaha bahkan merupakan hal yang wajib karena tanpa tempat kita tidak dapat berdagang. Tidak jarang beberapa pengusaha saling berebut tempat yang strategis untuk usahanya tetapi tidak dengan beberapa pemilik usaha foto copy yang berada di sekitar lingkungan STAIN Jurai Siwop Metro mereka telah memiliki tempat dan tidak memungkinkan untuk berebut tempat usaha.

Foto Copy As-Salam dan Foto Copy Sonet yang telah memiliki tempat yang berada di dalam kampus STAIN Jurai Siwop Metro yang segmen pasarnya ditujukan kepada mahasiswa STAIN yang merupakan segmen yang strategis karena para mahasiswa bisa menggunakan jasa mereka tanpa keluar dari kampus dan memudahkan mahasiswa dengan pengadaan berkas-berkas keperluan mahasiswa.⁹⁰

Foto Copy Syirkah dan Foto Copy Mitra yang berada di depan kampus STAIN Jurai Siwo Metro. Foto Copy Syirkah yaitu hasil pengembangan dari koperasi yang dimiliki MAN 1 dan segmen utamanya adalah siswa dan perangkat sekolah MAN 1 metro. Foto Copy Mitra yang bersebelahan dengan Foto Copy Syirkah segmen nya yang ditujukan kepada perkantoran dan mahasiswa perkuliahan.⁹¹

⁹⁰ Wawancara kepada Bapak Nurdin Yusuf pengelola Foto Copy As-Salam dan Wawancara kepada Bapak Iin Agus pemilik Foto Copy Sonet

⁹¹ Wawancara kepada Bapak Surya pengelola/karyawan Foto Copy Syirkah dan Wawancara kepada Bapak Ewang pemilik Foto Copy Mitra

Foto Copy Arsyaf dan yang telah memiliki memiliki lokasi di jl. Terong dimana segmen yang utama kepada anak-kosan kosan sekitar dan yang lainnya.⁹²

Foto Copy Ganesa segmen nya yang ditujukan kepada perkantoran dan mahasiswa perkuliahan.⁹³ Secara keseluruhan para usaha foto copy telah memiliki tempat dan lokasi mereka yang dimiliki sendiri baik bangunan pribadi maupun hasil dari sewa. lokasi usaha foto copy yang dimiliki juga telah melihat potensi-potensi yang ada dan telah mempunyai segmen pasar masing-masing.

C. Analisis Persaingan Usaha Foto Copy Dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam.

Etika bisnis islam adalah suatu norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap dan bertingkah lakuserta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis. Selain memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk berbisnis, islam juga memberikan beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normative yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang menjalankan usaha.

Beberapa prinsip dalam etika bisnis islam terdapat 5 (lima) prinsip yaitu prinsip ketuhanan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggungjawab dan prinsip kebajikan. Beberapa hal tersebut merupakan hal

⁹² Wawancara kepada Bapak Irwan pemilik Foto Copy Arsyaf.

⁹³ Wawancara kepada Bapak Hendri pemilik Foto Copy Ganesa.

yang perlu diperhatikan dalam hal berbisnis begitu juga dengan persaingan yang terjadi didalamnya supaya tidak keluar dari etika bisnis islam dan terjadi keseimbangan yang baik.

Dari data yang peneliti punya terkait tentang persaingan yang terjadi pada usaha foto copy dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro peneliti akan meninjau lebih lanjut persaingan tersebut kedalam etika bisnis islam. Minimal ada tiga unsur yang dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut islam.

1. Pihak-pihak yang bersaing

Seorang muslim akan memandang bisnis sebagai pelaksanaan perintah Allah karena itu tidak berfikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan. Baginya persaingan adalah berebut yang terbaik dihadapan Allah yang dicapai dengan cara sekuat tenaga untuk tetap setia mentaati aturannya dalam berbisnis, dan terbaik dihadapan manusia dengan menjalankan bisnis dengan produk yang bermutu, harga bersaing, dan dengan pelayanan total.

Begitu juga dengan yang terjadi pada usaha foto copy di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro pihak-pihak yang bersaing satu sama lain saling menjalin hubungan baik kepada setiap pelaku usaha foto copy

lain . Komunikasi terjadi dengan baik antara para pelaku usaha tidak ada rasa iri dengan pesaing lain karena mereka memiliki konsumen mereka masing-masing. Antara pihak-pihak yang bersaing saling sportif melakukan persaingan dengan cara-cara yang baik tidak mengambil untung dari situasi tertentu dan menjatuhkan pihak lain.

2. Segi Cara Bersaing

Bisnis merupakan bagian dari muamalah yang tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur tentang muamalah. Seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Dalam berhubungan dengan rekan bisnis setiap pebisnis muslim harus memperhatikan hukum-hukum islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakad haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi. Rasulullah SAW mencontohkan bagaimana bersaing dengan baik. Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat.

Cara bersaing merupakan hal yang dilakukan oleh para produsen untuk mengungguli produsen lain dengan strategi-strategi yang dimiliki untuk menarik perhatian konsumen. Beberapa cara bersaing yang dilakukan usaha foto copy dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro dilakukan dengan cara sebagai berikut:

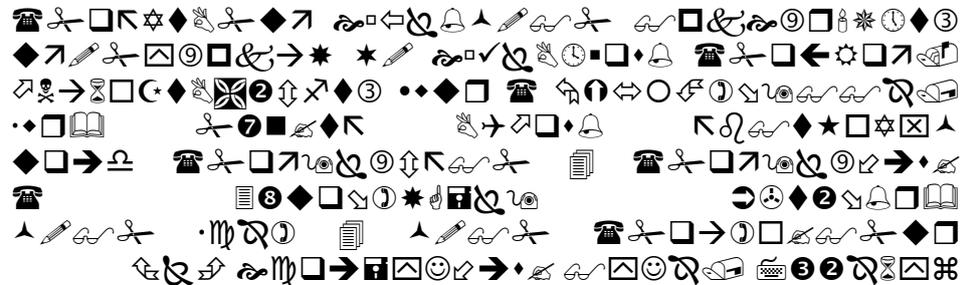
6) Harga

Harga biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu barang. Islam memberikan penentuan untuk penetapan harga produk harus kompetitif artinya tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.

Kebanyakan usaha foto copy dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro menentukan kesepakatan harga dimana harga yang mereka patok sama untuk menghindari persaingan harga antar foto copy tetapi ada beberapa yang foto copy yang menentukan harga sendiri dengan pertimbangan, akan tetapi harga yang dipakai bersifat kompetitif. Beberapa perbedaan harga seperti jasa foto copy Rp. 150- Rp. 250, print Rp. 250. - Rp.500, dan jasa penjilitan antara Rp. 2500 - Rp.3000 Walaupun beberapa usaha memberikan harga yang berbeda tetapi antara penjual yang lain tidak keberatan akan kebijakan penjual lain tersebut. Dengan seperti itu adanya sikap saling terbuka dengan harga. Walaupun beberapa usaha memberikan harga yang berbeda bukan maksud untuk menarik konsumen dengan membanting harga karena harga yang dipakai masih dalam lingkup harga pasar dimana harga yang berlaku kompetitif.

Berdasarkan uraian di atas, bisa dikatakan bahwa persaingan harga yang terjadi tidak keluar dari prinsip-prinsip dalam Islam membanting harga untuk menjatuhkan pesaingnya. Begitu di antara para pelaku usaha foto copy tidak keberatan dengan harga yang mereka patok

dan saling terbuka dengan harga ya dipatok antar usaha foto copy. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT.



Artinya: 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.

Akan tetapi pada usaha Foto Copy Ganesa adanya ketidakjujuran terhadap harga seperti pada harga foto copy yang sebenarnya seharga Rp. 250 akan tetapi pemilik waktu peneliti menanyakan harga foto copy nya hanya seharga 150.

Kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh manusia dalam segala bidang kehidupan, termasuk dalam kegiatan bisnis. Jika sifat jujur tidak diterapkan dalam bisnis, maka akan merusak bisnis itu sendiri. Berdasarkan pernyataan di atas, dapat dipahami bahwa dalam kegiatan bisnis setiap pihak yang terkait harus bersikap jujur kepada semua pihak yang terlibat. Dari hal tersebut diketahui bahwa para usaha foto copy telah melakukan etika persaingan sesuai etika bisnis islam.

7) Persaingan Tempat

Tempat usaha harus sehat, baik, bersih, dan nyaman. Harus juga terhindar dari hal-hal yang diharamkan. Para pengusaha foto copy telah memiliki tempat usaha yang telah mereka bangun maupun sewa kepada orang lain. Beberapa pelaku usaha saling memilih lokasi strategis dan segmen pasar mereka masing masing masing. Seperti lokasi di dalam kampus STAIN Jurai Siwo Metro dimana segmen mereka adalah khusus mahasiswa yang berada disitu. Dengan penempatan usaha disitu diharapkan mahasiswa tidak perlu keluar mencari jasa foto copy. beggitu juga dengan foto kopy yang ada di Jl. Terong dimana segmen mereka adalah anak kost-kostan yang berada di lingkungan sekitar. Para pelaku usaha saling memberikan tempat sebaik mungkin untuk menunjang kinerja dan pelayanan mereka seperti kebersihan tempat dan kenyamanan oleh karena itu talah sesuai dengan ketentuan syariat islam. Pada persaingan tempat sebenarnya tidak adanya persaingan seperti berebut tempat usaha karena meeka memiliki rampat yang permanen yang meerka sewa begitu juga dengan lokasi letak meraka yang masih dalam lingkup yang sama dan meliputi segmen yang sama juga.

8) Pelayanan

Pelayanan yang diberikan harus ramah tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat. Contohnya menempatkan perempuan cantik berpakaian seksi. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang

atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.

Begitu juga yang terjadi pada usaha foto copy dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro yang memberikan pelayanan sesuai dengan syar'at Islam tanpa menimbulkan maksiat akan menarik pembeli ataupun untuk melanggengkan pembeli, yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan yang baik, menjaga kerapihan, dan segera memberikan pelayanan yang efektif. Pada usaha foto copy pelayanan yang diberikan para pedagang mayoritas sudah baik, terbukti dengan pelayanan yang prima yang telah diberikan oleh para pedagang. Seperti yang dijelaskan pada firman Allah SWT berikut.



Artinya: 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[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (QS. Ali-imron:159)

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa jika mukmin bersikap keras, tidak care terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan

menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesama merupakan suatu anjuran wajib bagi mukmin. Para pelaku usaha foto copy melakukan pelayanan dengan baik sesuai dengan ajaran Islam yaitu dengan memberikan pelayanan dengan menggunakan cara semestinya.

Dari persaingan bisnis usaha foto copy yang berada dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro, yaitu persaingan terkait harga, tempat, dan pelayanan, prinsip- prinsip yang harus diterapkan adalah sebagai berikut:

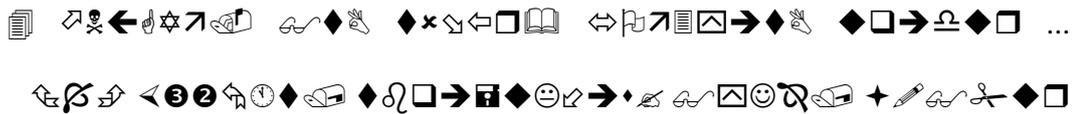
1. Prinsip Tauhid (kesatuan/ unity)

Prinsip utama etika bisnis islam dan yang membedakan dengan etika bisnis konvensional adalah konsep ketuhanan/ ketauhidan. Ismail Raji al Faruqi menegaskan bahwa untuk bersaksi bahwa tiada tuhan selain Allah, adalah meyakini bahwa ia sendirilah sang pencipta yang memberikan wujud kepada segala sesuatu. Setiap tingkah laku dan perbuatan manusia tidak akan pernah luput dari ketentuan Allah SWT.

Prinsip ketauhidan adalah semua yang dilakukan dalam berbisnis semua dijalankan karena Allah semata yang terpenting adalah semua yang dilakukan mendapat berkah dari Allah dan manfaat untuk kehidupan para pedagang. Setiap transaksi perdagangan yang pedagang lakukan mereka menganggap semua karena Allah semata, contohnya, ketika mengambil keuntungan dari sebuah barang yang pedagang jual,

mereka tidak mengambil untung yang terlalu banyak asal dilakukan dengan baik tidak dengan hal-hal yang dilarang oleh syariat.

Seperti yang disebutkan dalam QS. Al-Hadid :4, bahwa:



Artinya : “ ...Dia bersama kamu dimana saja kamu berada. Dan Allah maha melihat apa yang kamu kerjakan”.

Dari ayat ini menjelaskan bahwa, Allah melihat semua perbuatan manusia dimana saja manusia berada. Lafal ini adalah suatu perumpamaan bahwa ilmu Allah itu meliputi semua apa yang diperbuat manusia, walaupun dimana saja berada. Allah senantiasa memperhatikan semua perbuatan dan senantiasa melihat perbuatan manusia. Tidak ada sesuatu pun yang tersembunyi baginya.

Selain itu, hal lain yang menunjukkan sikap ketauhidan para pelaku usaha foto copy adalah ketika kumandang adzan, beberapa para pelaku usaha foto copy menyempatkan untuk melakukan shalat dan meninggalkan sejenak dagangannya untuk beribadah. Dari pendorong persaingan bisnis para pelaku usaha foto copy yang sejalan dengan prinsip ketauhidan.

2. Keseimbangan/Keadilan

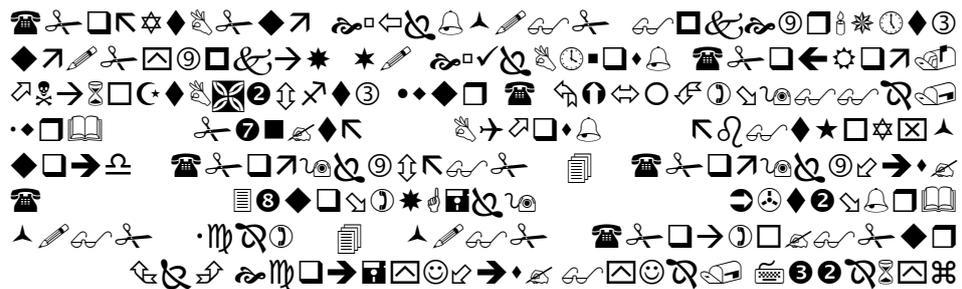
Prinsip etika bisnis islam yang kedua yaitu keseimbangan dan keadilan . dimana diartikan sebagai perbuatan yang berlaku adil dan berbudi luhur, bersedia untuk mengakui kesalahan dan perlihatkan

komitmen keadilan, persamaan perlakuan individual dan toleran terhadap perbedaan, tidak bertinda melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kesalahan atau kemalangan orang lain.

Keseimbangan merupakan “konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan dirugikan”. Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, diharuskan berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.

Prinsip keseimbangan adalah menyeimbangkan segala bentuk kegiatan bisnisnya, misalnya adalah seimbang memberikan pelayanan yang baik dan mutu yang sesuai dengan harga yang telah ditetapkan tidak menurunkan mutu jasa mereka. Para pelaku usaha selalu bersikap adil kepada semua konsumen mereka.

Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT.



Artinya: *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.*

Konsep keseimbangan diartikan sebagai harmoni segala sesuatu di alam semesta, hal ini diartikan sebagai hubungan para pedagang. Perwujudan prinsip keseimbangan misalnya, menjaga hubungan baik dengan pelaku usaha foto copy yang lain, menjaga lingkungan dengan baik. Dari persaingan bisnis para usaha foto copy yang sejalan dengan prinsip keseimbangan adalah menetapkan harga yang berada pada standar foto copy beberapa foto copy juga menetapkan kesepakatan harga agar tercapai adil dan keseimbangan pasar yang baik di antara para pelaku usaha.

3. Prinsip kehendak bebas

Selanjutnya, prinsip etika bisnis islam yang ketiga adalah kehendak bebas. Muhammad memberikan arti bahwa kehendak bebas adalah prinsip yang mengantar manusia meyakini bahwa Allah tidak hanya memiliki kebebasan mutlak, tetapi Dia juga dengan sifat Rahman dan Rahim-Nya menganugerahkan manusia kebebasan kepada manusia untuk memilih jalan yang terbentang, antara kebaikan dan keburukan.

Tidak ada tekanan antar usaha foto copy. Dalam hal ini adalah terkait penetapan harga yang adil, harga yang berlaku di lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro. ini terbukti dengan penetapan harga pedagang yang satu dengan yang lain.. Dari persaingan usaha foto copy para tidak ada intervensi harga foto copy terbukti tidak adanya rasa keberatan tentang harga yang ditetapkan pedagang lain.

4. Prinsip pertanggungjawaban (Tanggung-jawab)

Allah SWT menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan membuatnya bertanggungjawab atas semua yang dilakukan. Adapun pertanggung jawaban itu adalah kepada beberapa pihak, yaitu:

- 5) Kepada dirinya sendiri, atau dalam etika kepada nuraninya yang mungkin setiap saat menuntut pertanggung jawaban atas segala yang telah dilakukannya.
- 6) Kepada orang-orang yang mempercayakan seluruh kegiatan bisnis dan manajemen kepadanya.
- 7) Kepada pihak-pihak yang terlibat denganya dalam urusan bisnis.
- 8) Kepada pihak ketiga, yaitu masyarakat seluruhnya yang secara tidak langsung terkena akibat dari keputusan dan tindakan bisnisnya.

Selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi. Pedagang usaha foto copy mengartikan prinsip pertanggungjawaban, adalah para pedagang dapat mempertanggungjawabkan segala aktivitas bisnisnya, mulai pelayanan dan mutu. Misalnya, pembeli melakukan komplain kepada kurang bagus mutu dan kerapihannya dengan senang hati mempertanggungjawabkan kejadian ini dengan menggantinya dan memperbaikinya.

Hal ini termasuk dalam prinsip pertanggung jawaban karena para pedagang mempertanggungjawabkan kejadian yang melibatkannya.

5. Prinsip kebenaran/Kejujuran

Merupakan hal yang harus dilakukan oleh manusia dalam segala bidang kehidupan, termasuk dalam kegiatan bisnis. Jika sifat jujur tidak diterapkan dalam bisnis, maka akan merusak bisnis itu sendiri. Berdasarkan pernyataan di atas, dapat dipahami bahwa dalam kegiatan bisnis setiap pihak yang terkait harus bersikap jujur kepada semua pihak yang terlibat.

Pelaku usaha foto copy mengartikan prinsip kebenaran adalah melakukan segala aktivitas perdagangan dengan kebenaran dan kejujuran. Misalnya, sikap terbuka tentang penetapan harga yang berlaku di foto copy.

6. Kebajikan

“ kebajikan (*ihsan*) atau kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai tindakan yang menguntungkan orang lain dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun.” Jadi, kebajikan itu lahir dari dalam diri sendiri tanpa ada permintaan atau paksaan dari orang lain, kesadaran untuk berbuat baik terhadap orang lain sebelum orang lain memintanya.

Pedagang usaha foto copy mengartikan prinsip ihsan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan aktivitas perdagangannya adalah

terselip memberi manfaat untuk orang lain. Terbukti dengan ketika ada pedagang baru kesulitan maka tidak segan membantu begitu juga dengan konsumen yang mengalami kesulitan, maka pedagang lain akan memberikan pengarahan secara sukarela.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan analisis tentang pembahasan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan persaingan yang terjadi pada usaha foto copy yang berada dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro meliputi:

1. Persaingan harga: Persaingan terkait harga yang terjadi di antara usaha foto copy adalah hal yang wajar terjadi, yaitu harga yang terjadi kompetitif antar pelaku usaha lain dan masih harga standar yang berlaku di sekitar.
2. Persaingan pelayanan, Pelayanan yang diberikan pedagang yang satu dengan yang lain berbeda-beda. Pedagang yang memberikan pelayanan terbaiknya, biasanya banyak pembeli, karena jika ada pembeli dilayani dengan baik dan ikhlas maka pembeli akan puas. Dan sebaliknya jika ada penjual yang melayani pembelinya dengan tidak baik, misal bermuka cemberut, berkata kasar, maka pembeli akan enggan untuk bertransaksi ke pedagang yang melayani dengan tidak baik.

Persaingan yang terjadi usaha foto copy yang berada dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis Islam namun masih ada yang kurang mengedepankan prinsip ketauhidan selain itu

masih ada beberapa aktivitas-aktivitas yang menyimpang dari ajaran Islam seperti tidak berkata jujur tentang harga.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan usaha foto copy yang berada dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro adalah sebagai berikut:

1. Bagi usaha foto copy yang berada dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro, diharapkan dalam menjalankan bisnis perdagangannya setiap hari dapat menjalankannya sesuai dengan syari'at Islam yaitu tidak bertentangan dengan islam, selain itu dalam persaingan bisnisnya, diharapkan para pedagang dapat bersaing secara sehat.
2. Para usaha foto copy yang berada dilingkungan STAIN Jurai Siwo Metro dalam menentukan harga yang beredar di pasar, diharapkan harga yang beredar tidak memberatkan pembeli, tidak memeratkan pedagang lain dan tentunya tidak menjadikan persaingan diantara pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Adini dan Aditya, *kamus besar bahasa indonesia*, Surabaya: Prima Media, 2002.
- Ahmad Amin, *Etika (ilmu akhlak)*, Jakarta: Bulan Bintang, 1995,
- Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2011.
- Ali hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Buranuddin Salam, *Etika Sosial Atas Moral Dalam Kehidupan Manusia*, Jakarta:Rineka Cipta, 2002.
- Drs. Siswanto Sutojo, *Studi Kelayakan Proyek Teori & Praktek*, Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1996.
- Drs. H. M. Yacob Ibrahim,MM, *Sudi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2003.
- Drs. Agus Sucipto, M.M, *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*, Malang: Maliki Press, 2011.
- Didin Hafiduddin, *Islam Apukotik*, Jakarta: Pustaka, 2003.
- Dpartemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Jakarta: Mahkota, 1997.
- Dr. Nana Herdiana Abdurrahman, S.E., Ak., M.M, *Manajemen Bisnis Sysriah dan Kewirausahaan*, Bandung: CV. Pusaka Setia, 2013.
- Em Zulfajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Jakarta: Difa Publisher, 2007.

- Erni R. Ernawan, *Business Ethics*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Gemala Dewi, et al, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady, *Metedologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Hamzah Yaqub, *Etika Bisnis*, Bandung: CV. Diponegoro, 2003.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, Malang: UIN-Malang Press, 2007.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Muhammad Ismail Yusanto, M. Karebet W, *Menggagas Bisnis Islam Gema Insani*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Murdifin Haming, S.E., M.Si., Ph.D, Dr. Mahfud Nurnajamuddin, S.E., M.M, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur Dan Jasa*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007.

- Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- Mudjiarto dan Alias Wahid, *Membangun Karakter Dan Kepribadian Kewirausahaan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Muhammad, *Paradigma Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Moh. Kasiram, *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, Yogyakarta: Sukses Offset, 2010.
- Muhammad, *Metedologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Marfalias, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Moh. Kasmir, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, Malang: UIN Maliki Pers, 2010.
- Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- P. Joko Subagyo, *Metodelogi Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Roisun, *Keberadaan Minimarket Waralaba Terhadap Persaingan Bisnis Dalam Perspektif Bisnis islam*, Metro, 2013.
- Rafiq Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Rafiq Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

- Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi IV*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid 1*, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 1985.
- Suyadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia Dan Analisis Kuantitatif*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002.
- Sonny A. Keraf, *Etika Bisnis*, Jogjakarta: Kanisius, 1998.
- Tri Widayati Ningsih, *Persaingan Bisnis Tradisional Dengan Bisnis Retail di Kauman Kota Gajah*, Metro, 2013.
- Teungku Muhammad Hasbi ash-Shiddieqy, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-ur*.
- Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000.
- W. Gulo, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: PT. Grafindo, 2005.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Aris Sah Ferdianto, dilahirkan di Raman Endra Kec. Raman Utara Kab. Lampung Timur pada tanggal 10 juli 1994. Anak Pertama dari Dua bersaudara pasangan dari Bapak Tugiyono dengan Ibu Ratinah.

Pada Tahun 2006 peneliti menyelesaikan pendidikan di SD Negeri 1 Kota Raman Kec. Raman Utara Kab. Lampung Timur, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Raman Utara Lampung Timur dan selesai pada tahun 2009. Setelah itu melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Raman Utara Lampung Timur dan selesai pada tahun 2012. Pada tahun 2012 penulis melanjutkan pendidikan Strata Satu (S1) di STAIN Jurai Siwo Metro Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam dengan Program Studi Ekonomi Syari'ah.

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

“ Persaingan Usaha Foto Copy Di Lingkungan Stain Jurai Siwo Metro Perspektif Etika Bisnis Islam”

- A. Wawancara Dengan Pemilik/Pengelola Usaha Foto Copy Di Lingkungan STAIN Jurai Siwo Metro
1. Strategi apa yang dipakai dalam usaha foto copy yang digunakan untuk menarik konsumen?
 2. Pelayanan seperti apa yang diberikan kepada konsumen?
 3. Bagaimana persaingan harga produk atau jasa foto copy anda dengan foto copy lain?
 4. Bagaimana kondisi tempat usaha foto copy anda?
 5. Bagaimana mutu atau kualitas jasa foto copy yang ditawarkan?
 6. Selain jasa foto copy jasa/barang apa saja yang anda tawarkan kepada konsumen?
 7. Cara apa yang digunakan untuk memenangkan persaingan?
- B. Dokumentasi

Metro, Agustus 2016

Aris Sah Ferdiyanto

NPM. 1287214

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Musnad Rozin, MH

NIP. 19540507 198603 1 002

Nawa Angkasa, SH, MA

NIP. 19671025 200003 1 003

**“ PERSAINGAN USAHA FOTO COPY DI LINGKUNGAN STAIN JURAI
SIWO METRO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM ”**

OUTLINE

Halaman Sampul Depan

Halaman Judul

Halaman Abstrak

Halaman Persetujuan

Halaman Nota Dinas

Halaman Pengesahan

Halaman Orisinalitas Penelitian

Halaman Motto

Halaman Persembahan

Halaman Kata Pengantar

Daftar Isi

Daftar Tabel

Daftar Gambar

Daftar Lampiran

BAB I. PENDAHULUAN

E. Latar Belakang Masalah

F. Pertanyaan Penelitian

G. Tujuan dan Manfaat Penelitian

3. Tujuan Penelitian

4. Manfaat Penelitian

H. Penelitian Relevan

BAB II. LANDASAN TEORI

- C. Konsep Persaingan
 - 5. Pengertian Persaingan
 - 6. Aspek-Aspek Persaingan
 - 7. Faktor-Faktor Persaingan
 - 8. Etika Persaingan Pasar dalam Islam
- D. Konsep Etika Bisnis Islam
 - 4. Pengertian Etika Bisnis Islam
 - 5. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam
 - 6. Tujuan Etika Bisnis Islam

BAB III METODE PENELITIAN

- F. Jenis dan Sifat Penelitian
 - 3. Jenis Penelitian
 - 4. Sifat Penelitian
- G. Populasi dan Sampel
 - 3. Populasi
 - 4. Sampel
- H. Sumber Data
 - 3. Sumber Data Primer
 - 4. Sumber Data Sekunder
- I. Teknik Pengumpulan Data
 - 3. Wawancara
 - 4. Dokumentasi
- J. Teknik Analisis Data

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- D. Gambaran Lokasi Penelitian
- E. Persaingan Usaha Foto Copy Di Lingkungan Stain Jurai Siwo
Metro

F. Analisis Persaingan Usaha Foto Copy Di Lingkungan Stain Jurai
Siwo Metro Perspektif Etika Bisnis Islam

BAB V. PENUTUP

C. Kesimpulan

D. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, November 2016

Aris Sah Ferdiyanto

NPM. 1287214

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. H. Musnad Rozin, MH

NIP. 19540507 198603 1 002

H. Nawa Angkasa SH, MA

NIP. 19671025 200003 1 003