

SKRIPSI

**PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN
METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Oleh:

**MAMLUATUN ZUHROH
NPM.1804042007**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M**

**PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN
METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

MAMLUATUN ZUHROH
NPM. 1804042007

Pembimbing: Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

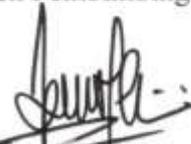
Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh :

Nama : MAMLUATUN ZUHROH
NPM : 1804042007
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
Fakultas : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN
IAIN METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM

Disetujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, Juni 2023
Dosen Pembimbing


Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611199803 2 001

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN
IAIN METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM
Nama : MAMLUATUN ZUHROH
NPM : 1804042007
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, Juni 2023
Dosen Pembimbing



Dr. Siti Zulaiqha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alirangmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website www.metrouniv.ac.id E-mail iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-2537/In.28.3/D/PP.00.9/071

Skripsi dengan Judul: PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM, disusun oleh: MAMLUATUN ZUHROH, NPM: 1804042007, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jumat, 23 Juni 2023

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH.

Penguji I : Esty Apridasari, M.Si

Penguji II : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Sekretaris : Ananto Triwibowo, M.E

()
()
()
()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH.
NIP. 19720611 199803 2 001

ABSTRAK

PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Oleh:

MAMLUATUN ZUHROH
NPM. 1804042007

Dunia bisnis saat ini cakupannya sangat luas, salah satunya adalah usaha fotokopi. Pada masa sekarang ini layanan fotokopi adalah media yang sangat membantu masyarakat khususnya untuk golongan guru, pelajar, mahasiswa dan semua orang yang bergerak di dunia pendidikan. Berdasarkan hasil prasurvey yang peneliti lakukan pada usaha fotokopi di lingkungan IAIN Metro, dapat diketahui beberapa mulai dari lingkungan kampus 1 dan kampus 2 terdapat usaha fotokopi yang jaraknya hanya beberapa meter tidak jauh dari IAIN Metro. Begitu juga letak fotokopi satu dengan lainnya yang letaknya tidak terlalu jauh bahkan beberapa usaha fotokopi hanya bersebelahan satu dengan yang lain. Hal ini tentu menimbulkan persaingan, persaingan ini dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersama atau bertanding diantara pengusaha atau pebisnis yang satu dengan pengusaha atau pebisnis yang lain dalam memenangkan pangsa pasar, dalam mencari keuntungan, dalam upaya melakukan, menawarkan produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi yang diterapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persaingan yang terjadi pada usaha fotokopi di lingkungan IAIN Metro perspektif etika bisnis Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan sifat penelitiannya bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha antar pengusaha fotokopi di lingkungan IAIN Metro mencakup enam prinsip yaitu yang pertama prinsip keesaan, dalam hal ini para pengusaha menjalankan suatu persaingan usaha yang sehat. Kemudian terdapat prinsip keseimbangan yang dimana para pengusaha berupaya berbuat adil dalam segi melayani konsumen, tidak membedakan antara konsumen satu dengan konsumen lainnya. Prinsip kehendak bebas, para pengusaha fotokopi dalam menentukan harga tanpa adanya intervensi dari pihak manapun. Prinsip tanggungjawab, para pengusaha fotokopi senantiasa bertanggungjawab jika terdapat konsumen yang komplain. Prinsip kelima adalah prinsip kejujuran, Prinsip kebenaran tercerminkan oleh pengusaha fotokopi dengan berupaya menjalankan usahanya dengan mentotal secara jujur hasil print. Terakhir adalah prinsip kebajikan, dengan memberikan jasa edit secara gratis kepada para konsumen. Hal ini dapat dibilang suatu perilaku yang sederhana, namun dapat membuat hati konsumen bahagia.

Kata Kunci : Persaingan Usaha, Etika Bisnis Islam

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MAMLUATUN ZUHROH

NPM : 1804042007

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis 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, Juni 2023
Yang Menyatakan,



Mamluatun Zuhroh
NPM. 1804042007

MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

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; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”(QS. An Nisa’: 29) ¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 107

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil 'alamin

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S.1). Sholawat beserta salam tidak lupa saya panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Khusus saya persembahkan skripsi ini untuk Ibu Ngada Wiadan Bapak Sudarto, kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi serta mendoakan yang terbaik untuk putrinya. terima kasih telah melahirkan saya ke dunia ini dan terima kasih telah membesarkan saya, mungkin ucapan terima kasih ini tidak akan cukup untuk membalas semua pengorbananmu.

Skripsi ini juga saya persembahkan untuk Sahabat saya Eva Novenia, Pita Herawati, Dimas Adi Pratama dan Siti Kurniawati yang telah memberikan saya semangat sehingga saya bisa selesai hingga sampai tahap ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag., PIA, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sekaligus Pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
5. Kepada ke lima Pemilik usaha fotokopy disekitar lingkungan IAIN Metro yang telah memberikan izin dalam penyelesaian Skripsi ini.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, Juni2023
Peneliti,



Mamluatun Zuhroh
NPM.1804042007

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Penelitian Relevan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Konsep Persaingan	12
1. Pengertian Persaingan	12
2. Aspek-Aspek Persaingan	13
3. Faktor-Faktor Persaingan	18
4. Macam Macam Persaingan.....	21
B. Bisnis dalam Islam.....	22
1. Pengertian Bisnis	22
2. Jenis-jenis Bisnis	23
3. Bisnis yang boleh dan tidak boleh.....	25

C. Konsep Etika Bisnis Islam.....	26
1. Pengertian EtikaBisnis Islam.....	26
2. Dasar Hukum Bisnis Islam	29
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	31
4. Tujuan Etika Bisnis Islam.....	40
5. Fungsi Etika Bisnis Islam	41
6. Sumber Etika Bisnis Islam	41
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	43
B. Sumber Data	44
C. Teknik Sampling dan Pengumpulan Data	46
D. Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Lokasi Penelitian.....	50
1. Desa Iringmulyo.....	50
2. Desa Banjarrejo	51
B. Profil Usaha Fotokopi di Lingkungan IAIN Metro.....	52
C. Analisis Persaingan Usaha Fotokopi di Lingkungan IAIN Metro Perspektif Etika Bisnis Islam.....	69
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Fotokopi di lingkungan IAIN Metro	5

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Penunjukkan Pembimbing Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Uji Plagiasi Turnitin
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto-foto Penelitian
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam menganjurkan bagi umatnya untuk memiliki kekayaan dan giat dalam berusaha supaya memperoleh kehidupan yang layak dan mampu melaksanakan semua rukun Islam yang hanya diwajibkan bagi umat Islam yang mempunyai harta atau kemampuan dari segi ekonomi. Sementara itu, harta kekayaan tidak mungkin datang sendiri, tetapi harus dicapai melalui usaha.²

Dunia usaha merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Para pengusaha juga harus jeli dalam melihat segala bentuk kesempatan ataupun ancaman yang dapat atau akan dihadapi oleh produknya di pasaran. Terjaganya eksistensi suatu perusahaan di antaranya tergantung pada kemampuan perusahaan tersebut untuk melihat peluang-peluang pasar yang ada, serta mengantisipasi kemungkinan adanya ancaman pasar dari produk lain yang sejenis.

Perkembangan persaingan usaha pada dunia bisnis saat ini semakin bertambah ketat, persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis mampu memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing di pasar. Kegiatan ekonomi seperti halnya produksi, distribusi, dan konsumsipun

² Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), 26.

semakin berkembang. Sumber daya manusia, teknologi, dan mesin industri pun semakin marak dijualbelikan. Oleh sebab itu semakin bertambah tahun di dunia ini maka semakin maju dan berkembang pula perekonomian di dunia ini.

Sebagaimana diketahui dalam dunia bisnis seorang pembisnis (wirausaha) tampaknya tidak dapat terpisahkan dari aktivitas persaingan. Terjadinya persaingan dalam dunia bisnis tidak bisa dihindari lagi. Bukan, 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.

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. 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 material dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah.³

Dalam ekonomi Islam visi misi bisnis tidak hanya berorientasi pada maksimalisasi laba seperti halnya pada kaum kapitalis yang berprinsip dengan

³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 22.

biaya rendah dapat menghasilkan keuntungan yang besar. Melainkan visi misi bisnis Islam lebih mengedepankan manfaat dari suatu produk serta keberkahan dalam memperoleh keuntungan. Sebagaimana firman Allah dalam QS.Al-Isra'(17) 18-19, yang berbunyi:

مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعَاجِلَةَ عَجَّلْنَا لَهُ فِيهَا مَا نَشَاءُ لِمَنْ نُرِيدُ ثُمَّ جَعَلْنَا لَهُ جَهَنَّمَ
يَصَلُّهَا مَذْمُومًا مَدْحُورًا ﴿١٨﴾ وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ وَسَعَىٰ لَهَا سَعْيَهَا وَهُوَ مُؤْمِنٌ
فَأُولَٰئِكَ كَانَ سَعْيُهُمْ مَشْكُورًا ﴿١٩﴾

Artinya: “Barangsiapa menghendaki kehidupan sekarang (duniawi), Maka Kami segerakan bagikan didunia itu apa yang Kami kehendaki bagi orang yang Kami kehendaaki 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 usahanya dibalasi dengan baik.”

Berdasarkan paparan ayat di atas, Al-Quran telah mengarahkan para pelaku bisnis masa depan untuk mencari keuntungan bukan hanya untuk kepentingan duniawi, melainkan memikirkan akhiratnya juga, hal ini tentunya agar dapat membawa mereka memperoleh apa yang ada di sisi Allah Swt. Agama Islam sudah mengatur semua kegiatan manusia dengan memberikan batasan atau pemisah mana hal yang diperbolehkan dan mana hal yang tidak diperbolehkan, antara yang benar dan yang salah yakni dengan adanya etika bisnis agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.terdapat hubungan yang erat

antara etika dan bisnis. Kedua hal ini tidak bisa dipisahkan karena saling melengkapi antara satu sama lain. Etika sebagai prinsip moral yang memberi batasan atau membedakan mana yang benar dan salah yang dilakukan seseorang, sedangkan bisnis adalah bagian dari ekonomi sebagai bentuk kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dan bisnis tidak akan berhasil tanpa adanya hubungan baik yang dilandasi oleh nilai-nilai yang telah disepakati oleh para pelaku bisnis. Dengan demikian, bisnis memerlukan etika. Maka muncul istilah “etika bisnis”. Etika bisnis merupakan prinsip moral yang mengatur tentang segala aktivitas pelaku bisnis.⁴

Para pelaku usaha dituntut untuk mengimplementasikan etika bisnis Islam yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW saat menjalankan bisnis dengan mempraktekan sifat berusaha yang *shiddiq*, *fatanah*, *amanah*, dan *tabligh*. Etika bisnis Islam juga sangat menjunjung tinggi semangat saling percaya, kejujuran, melakukan kebenaran dan keadilan.

Pada prinsipnya setiap manusia dituntut untuk selalu berbuat baik mulai pada dirinya sendiri, sesama manusia, alam lingkungannya dan kepada Tuhan selaku pencipta-Nya. Maka dari itu, untuk bisa berbuat baik (*ihsan*) pada semuanya, manusia di samping diberikan kebebasan (*free will*), hendaknya ia memperhatikan keesaan Tuhan (*tauhid*), prinsip keseimbangan (*balance*) atau keadilan. Selanjutnya setiap kehendak akan senantiasa dipertanggungjawabkan (*responsibility*) di hadapan Tuhan. Lima konsep inilah yang disebut dengan aksioma dasar etika bisnis Islam, yang terdiri dari prinsip-prinsip umum yang

⁴ Buchari Alma, “Manajemen Bisnis Syariah”, (Bandung: Alfabeta, 2009), 114.

terhimpun menjadi satu kesatuan yang terdiri atas konsep-konsep kesatuan, keseimbangan atau keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan/kebenaran.⁵

Beberapa hal tersebut merupakan hal 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. Prinsip-prinsip etika bisnis islam tersebut hendaknya dapat menjadi landasan bagi para wirausaha dalam menjalankan aktivitas muamalah khususnya para pelaku usaha yang berada dilingkungan IAIN Metro salah satunya yaitu usaha fotokopi.

Dunia bisnis saat ini cakupannya sangat luas, salah satunya adalah usaha fotokopi. Pada masa sekarang ini layanan fotokopi adalah media yang sangat membantu masyarakat khususnya untuk golongan guru, pelajar, mahasiswa dan semua orang yang bergerak di dunia pendidikan. Berdasarkan hasil survei yang peneliti lakukan pada usaha fotokopi di lingkungan IAIN Metro, dapat diketahui beberapa usaha fotokopi telah banyak berdiri dan bukan hal yang sulit untuk mencari jasa fotokopi dilingkungan IAIN Metro. Mulai dari lingkungan kampus 1 dan kampus 2 terdapat usaha fotokopi yang jaraknya hanya beberapa meter tidak jauh dari IAIN Metro. Begitu juga letak fotokopi satu dengan lainnya yang letaknya tidak terlalu jauh bahkan beberapa usaha fotokopi hanya bersebelahan satu dengan yang lain. Beberapa fotokopi yang ada di lingkungan IAIN Metro dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

⁵Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam" Jurnal Ummul Quran, Vol.11, No.1 (2016), 66.

Tabel 1.1.
Fotokopi di lingkungan IAIN Metro

No.	Nama Fotocopy	Alamat	Harga Fotokopi	Harga Print	Harga Jilid
1	Fotokopi Mbak Merry	Jl. Ki Hajar Dewantara No.3	Rp 250	Rp 500	Rp 15.000
2	Fotokopi Alvana	Jl. Ki Hajar Dewantara No.6	Rp 500	Rp 1.000	Rp 25.000
3	Fotokopi Ganessa	Jl. Ki Hajar Dewantara No.78	Rp 500	Rp 1.500	Rp 25.000
4	Fotokopi Joe Sandi	Banjarrejo 38-B Batanghari	Rp 250	Rp 500	Rp 15.000
5	Fotokopi Rohim	Banjarrejo 38-B Batanghari	Rp 250	Rp 500	Rp 15.000

Sumber: wawancara pemilik usaha fotokopi

Peneliti mengambil sampel dengan mempertimbangkan mengenai sampel mana yang paling sesuai dan didasarkan pada lokasi fotokopian yang sama yaitu dilingkungan Kampus 1 dan Kampus 2 IAIN Metro. Batasan wilayah yang peneliti jadikan sampel yaitu dimulai dari gang pendidikan sampai dengan didepan kampus 2 IAIN Metro. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat 5 Fotokopi yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, yaitu Fotokopi Mbak Merry, Alvana, Ganessa, Joe Sandi dan Rohim. Menurut *survey* yang peneliti lakukan bahwasanya jumlah Fotokopi dilingkungan IAIN Metro sebanyak 35 Fotokopian, dengan 14 Fotokopian dilingkungan Kampus 1 dan 21 dilingkungan Kampus 2. Terdapat perbedaan harga maupun persamaan harga antar fotokopi, khususnya adalah perbedaan harga yang mencolok pada fokopi Alvana dan Ganessa dengan fotokopian lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Andrian sebagai pemilik usaha fotokopi Alvana“menerapkan harga yang lebih mahal dari Fotokopian yang lain dikarenakan harga yang lebih tinggi dapat menarik konsumen dengan

kualitas lebih baik. Selain itu konsumen akan percaya bahwa mereka akan mendapatkan hasil yang lebih baik dan diinginkan”⁶

Hal ini sesuai dengan keterangan dari mba Fitri sebagai salah satu pelanggan “Harganya mahal, tapi sesuai dengan Pelayanannya yang baik dan cukup memuaskan, Untuk tintanya sendiri jelas dan tempatnya lumayan bersih”⁷

Berdasarkan Hasil Wawancara dengan Bapak Joe Sandi selaku pemilik usaha Fotokopi Joe Sandi mengatakan bahwa “strategi yang digunakan yaitu dengan memberikan diskon untuk konsumen yang mencetak ataupun menggandakan file dalam jumlah yang”. Selain itu pemilik usaha Fotokopi Joe Sandi ini memberikan harga yang standar untuk dapat menarik dan mempertahankan pelanggan.⁸

Hal ini sesuai dengan keterangan dari Mas Ihwan sebagai salah satu pelanggan “pelayanannya cukup memuaskan karena cepat dan rapi, sedangkan untuk soal harga itu cukup terjangkau karena fotokopi perhalamannya Rp 250 perhalaman, untuk print Rp 1.000 dapat 2, dan jilid Rp 15.000 sampai Rp 25.000”⁹

Berdasarkan hasil wawancara pada pengusaha fotokopi di daerah Kampus 1 dan Kampus 2 IAIN Metro, persaingan ini dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersama atau bertanding diantara pengusaha atau pebisnis yang satu dengan pengusaha atau pebisnis yang lain dalam memenangkan pangsa

⁶Bapak Andrian, Pemilik Usaha Fotokopi Alvana, Wawancara, Metro, 4 Juli 2022.

⁷Nia, Konsumen Fotokopi Alvana, Wawancara, Metro, 4 Juli 2022.

⁸Bapak Arsyad, Pemilik Usaha Fotokopi Mbak Merry, Wawancara, 1 Juli 2022.

⁹Ihwan, Konsumen Fotokopi Joe Sandi, Wawancara, 1 November 2022.

pasar, dalam mencari keuntungan, dalam upaya melakukan, menawarkan produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi yang diterapkan.

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.

Berdasarkan hasil pengamatan di atas, maka peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut terkait perilaku para pemilik usaha fotokopi dalam persaingan usaha yang ditinjau dari etika bisnis Islam itu sendiri dan menuangkannya dalam bentuk skripsi yang berjudul: “Persaingan Usaha Fotokopidi Lingkungan IAIN Metro Perspektif Etika Bisnis Islam”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas maka peneliti tengahkan pertanyaan penelitian sebagai gambaran dari permasalahan yang akan peneliti analisa, pertanyaan tersebut adalah: Bagaimana persaingan usaha fotokopi di Lingkungan IAIN Metro perspektif Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui persaingan yang terjadi pada usaha fotokopi di lingkungan IAIN Metro perspektif etika bisnis Islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoris

Sebagai informasi dan bahan evaluasi terhadap cara bersaing sesuai dengan etika bisnis Islam pada usaha fotokopi di lingkungan IAIN Metro.

b. Secara Praktis

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

D. Penelitian Relevan

Sebagai upaya menunjukkan adanya kebaruan (*novelty*) antara penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelum-sebelumnya, maka peneliti berusaha untuk membandingkan ragam variabel, fenomena dan hasil penelitian. Selama ini pembahasan tentang analisis persaingan dan peluang pasar telah dibahas dalam berbagai karya baik berupa makalah, tugas akhir, skripsi, tesis, disertai, buku-buku, baik sebagai judul. Dan untuk mendukung permasalahan yang lebih relevan dan mendalam terhadap bahasan di atas, peneliti berusaha melacak berbagai *literature* dan penelitian terdahulu (*prior reseach*) 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.

Yang pertama yaitu dari Hendik Agus Kurniawan, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2021 yang berjudul *Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pasar Tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan, Surabaya)*. Dilaksanakannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persaingan yang terjadi dalam Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan, Surabaya.¹⁰ Persamaan penelitian ini terletak pada persaingan usaha yang sudah sesuai dengan etika bisnis yang berlaku dan tidak ada kegiatan yang melanggar etika bisnis Islam yang membedakan dimana Hendik Agus Kurniawan membahas persaingan usaha pedagang sembako sedangkan peneliti membahas persaingan usaha fotokopi.

Penelitian kedua yakni penelitian dari Sisi Landika, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thata Saifudin Jambi pada tahun 2020 yang berjudul *Perilaku Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam Pada Pengusaha Muslim di Sungai Kambang Kota Jambi*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Karakter Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam Pada Pengusaha Muslim di Sungai Kambang Kota Jambi.¹¹ Persamaan penelitian Sisi Landika dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas persaingan usaha sesuai etika bisnis Islam. Yang membedakan hanya tempat yang diteliti.

Penelitian ketiga yakni penelitian dari Abdul Majid Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Thata Saifuddin pada tahun 2021 yang

¹⁰Hendik Agus Kurniawan. Skripsi: "Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam", (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021), 9.

¹¹ Sri Landika, Skripsi: "Perilaku Persaingan Usaha Dan Etika Bisnis Islam Pada Pengusaha Muslim Di Sungai Kambang Kota Jambi", (Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021), 7.

berjudul Pengaruh Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pengusaha Rumah Makan Padang (Studi Pada Kelurahan Simpang 4 Sipin Kecamatan Telanaipura Kota Jambi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persaingan Usaha Terhadap Perilaku Pengusaha Rumah Makan Padang di Kelurahan Simpang 4 Sipin, Kecamatan Telanaiputra, Kota Jambi.¹² Persamaan penelitian ini terletak pada pengaruh persaingan usahanya dan sesuai dengan etika bisnis islam. Sedangkan perbedaannya terletak pada perilaku pedagang terhadap kepuasan konsumen sementara peneliti membahastentang usaha dalam meningkatkan persaingan yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

Berdasarkan penelitian di atas tergambar bahwa *novelty* dari penelitian ini yaitu peneliti lebih menekankan pada Persaingan Usaha Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro Perspektif Etika Bisnis Islam pada tahun 2022 yang tentunya semakin bertambah jumlahnya.

¹² Abdul Majid. Skripsi: "Pengaruh Persaingan Usaha Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pengusaha Rumah Makan Padang", (Jambi: Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2021),10.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Persaingan

1. Pengertian Persaingan

Persaingan menurut kamus bahasa Indonesia berasal dari kata saing yang artinya berlomba saling mengungguli. Sehingga dapat diartikan persaingan merupakan tindakan-tindakan seseorang yang dilakukan kepada orang lain untuk mengungguli.¹

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.²

Berdasarkan beberapa uraian di atas dapat dipahami bahwa persaingan merupakan suatu proses sosial dimana orang perorangan atau kelompok manusia berusaha mengalahkan pihak lain tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan. Tujuannya mencapai sesuatu yang lebih daripada yang lainnya, baik itu dalam bentuk harta benda maupun dalam bentuk popularitas.

¹ Em Zulfajri dan Ratu Aprlia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Difa Publisier, 2007), 722.

² Andini dan Aditya, *kamus besar bahasa Indonesia*, (Surabaya: Prima Media, 2002), 382.

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 brfikir 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.³

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 yang mengatur muamalah. Seorang pembisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Dalam berhubungan dengan rekan bisnis setiap pembisnis

³ Muhammad Ismail Yusanto dan M. Karebet W, *Menggagas Bisnis Islam Gema Insani*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 93.

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.⁴

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

c. Produk (Barang dan Jasa) yang dipersaingkan

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.⁵ Dimensi kualitas, biaya kecepatan menyerahkan, keandalan, dan fleksibilitas, sekaligus menggambarkan dimensi daya saing yang dapat dipilih atau dimiliki oleh sebuah

⁴*Ibid.*, 96.

⁵ Siswanto Sutojo, *Studi Kelayakan Proyek Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1996), 34.

usaha.⁶ Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

1) Produk

Spesifikasi produk harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para konsumen guna menghindari terjadinya penipuan, produk diharapkan tidak tunggal, jadi harus ada diferensiasi produk sesuai dengan segmentasi konsumen. Hal ini tujuannya untuk mengisi setiap ceruk konsumen, karena konsumen tentunya mempunyai karakteristik tertentu akan suatu produk meskipun dengan bahan yang sama. Produk juga harus terjamin kualitasnya secara berkesinambungan. Kualitas produk ini menjadi sangat penting dikaitkan dengan semakin tingginya tuntutan konsumen akan keterjaminan kualitas suatu produk. Kualitas produk ini harus terus dijaga antar waktu dan di semua daerah sebarannya. Karena sekali saja suatu produk mencederai kepercayaan konsumen, maka biaya yang harus dikeluarkan untuk mengembalikan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut sangatlah besar.

2) Harga Produk

Harga produk harus kompetitif artinya tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing. Ketika pelanggan menemukan harga yang kompetitif untuk produk dan

⁶ Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur Dan Jasa*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), 42.

layanan yang mereka butuhkan, maka cenderung menjadi pelanggan setia. Jika sebuah bisnis mampu memberikan pelanggannya harga yang kompetitif, itu akan mendorong mereka untuk terus datang kembali. Loyalitas ini dapat menyebabkan bisnis berulang dan rujukan, yang dapat membantu bisnis tumbuh.

3) Tempat

Dalam melakukan kegiatan usaha tempat yang digunakan haruslah baik, bersih, nyaman, sehat dan terhindar dari hal-hal yang diharamkan. Menyediakan tempat yang baik dapat diimplementasikan dengan penyediaan tempat parkir yang luas untuk para konsumen agar tidak mengganggu para pengguna jalan yang melintas, bersih yaitu karyawan harus selalu menjaga kebersihan tempat usaha agar konsumen merasa nyaman serta terhindar dari sarang penyakit, kenyamanan dapat pula diimplementasikan dengan penyediaan kursi tunggu untuk para konsumen, serta dihindarkan dari segala hal yang diharamkan seperti barang yang dianggap sakti untuk dapat menarik minat konsumen.

4) Pelayanan

Pelayanan yang digunakan harus ramah, ramah terhadap konsumen tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat. Contohnya menempatkan perempuan cantik yang berpakaian terbuka. Pelayanan cepat dan tanggap, tanggap disini adalah

pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang dimaksud oleh konsumen. Memberikan kenyamanan untuk konsumen, dengan menyediakan kursi tunggu untuk konsumen saat sedang menunggu karyawan menyelesaikan permintaan konsumen.

Sebagai pebisnis, tentu kualitas pelayanan terbaik harus dimiliki agar bisnis dapat berkembang. Memberikan pelayanan bisnis tentu tidaklah mudah, apabila ada satu pelanggan yang tidak puas dan kecewa dengan pelayanan bisnis yang diberikan, akan beresiko memberikan stigma negatif bahwa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau calon pelanggan lainnya juga tidak memuaskan.

5) Pelayanan Purna Jual

Layanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang memiliki keluhan atau klaim setelah kegiatan jual-bel berakhir. Tujuan layanan purna jual adalah untuk meningkatkan kesetiaan konsumen dalam menggunakan produk hasil buatan perusahaan. selain itu, layanan purna jual juga meningkatkan kepuasan konsumen dan melanggengkan pelanggan. Layanan purna jual meliputi pemberian garansi, penyediaan onderdil atau aksesoris, pemeliharaan atau konsultasi berkala, dan perbaikan suku cadang yang akan diberikan dengan cara cuma-cuma atau sesuai dengan akad.⁷

⁷ M. Ismail Yusanto dan M. Karebet W, *Menggagas Bisnis Islam Gema Insani.*, 96.

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 informasi yang amat penting dan berguna untuk membandingkan dengan rencana usaha yang akan dikembangkan.⁸

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

a. Ancaman Pendetang Baru (*thearts of new entrants*)

Pendetang 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 seringkali menaruh komitmen baru terhadap sumberdaya yang akan digunakan, sehingga harga ditekan serendah mungkin dan untuk keuntungan dibuat kecil. Akibatnya probabilitas industri menurun. Beberapa faktor untuk masuk dalam industri (*the barries to entry*) dapat sejauh mana ancaman pendatang baru dalam suatu industri. Faktor penghambat tersebut antara lain skala ekonomi, diferensi produk, kebutuhan akan modal penganan biaya pada pembeli untuk perubahan pemasok dan produk, saluran distribusi, kebijakan

⁸Yacob Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 116.

pemerintah, keunggulan biaya yang tidak bergantung pada skala ekonomi dan reaksi pasar.

b. Ancaman Produk Pengganti (*thearts 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 Menawar 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 pemasukan

yang penting bagi pembeli, produk pemasok tidak ada produk alternatifnya.

a. 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 posisi mereka masing-masing dan memperoleh keunggulan atas para pesaingnya. Persaingan itu akan bersifat positif, jika diantara 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 mengorbankan 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.⁹

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.

4. Macam Macam Persaingan

Persaingan usaha dikategorikan menjadi dua yaitu:

- a. Persaingan usaha sehat, memiliki ciri ciri:
 - 1) Menjamin persaingan di pasar yang inheren dengan pencapaian efisiensi ekonomi di semua bidang kegiatan usaha dan perdagangan
 - 2) Menjamin semua kesejahteraan konsumen serta melindungi kepentingan konsumen.

⁹ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*, (Malang: Maliki Press, 2011), 61-62.

- 3) Membuka peluang pasar yang seluas luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu.
- b. Persaingan usaha tidak sehat, ini merupakan persaingan yang mencegah calon pesaing atau menyingkirkan pesaing dengan cara cara yang curang.¹⁰

B. Bisnis Dalam Islam

1. Pengertian Bisnis Islam

Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna dasar sebagai “the buying and selling of goods and services”. Adapun dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun

¹⁰ Siti Hofifah, “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”, *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol 3 No 2, (2020), 40.

dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).

Pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah Swt melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rizki.¹¹

2. Jenis-Jenis Bisnis Dalam Islam

Rezeki merupakan salah satu kebutuhan manusia dalam kehidupannya. Dalam Islam, terdapat keharusan bagi seseorang untuk mencari rezeki dengan cara yang halal. Cara halal yaitu tidak dengan mencuri, berjudi, merampok, korupsi dan lain sebagainya. Karena hal ini sama saja dengan melanggar hak orang lain dan berbuat kerusakan. Rezeki halal bisa didapat lewat berbagai cara, yaitu bisa dengan bekerja yang menghasilkan upah. Bisa juga dengan membuka usaha. Dalam Islam, terdapat jenis usaha yang dianjurkan. Beberapa diantaranya yaitu:

a. Membuka Usaha Dagang Sendiri

Berdagang tidak hanya menawarkan barang. Bisa juga dengan menawarkan skill atau kemampuan, yang usahanya bergerak di bidang jasa. Rasulullah Muhammad SAW. sendiri dikenal memiliki

¹¹ Supandi Rahman, " Bisnis Dalam Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Sultan Amai Gorontalo*, Vol. 1, Nomor 1, (2020), 57.

kemampuan berdagang yang ulung. Selain itu, Rasulullah juga sangat amanah sehingga usaha jasanya selalu dipakai banyak orang.

b. Menyewakan Lahan dan Beternak

Usaha lainnya bisa dengan menyewakan lahan perkebunan, sawah, ladang dan lain-lain. Tata kelolanya bisa dengan sistem bagi hasil pada keuntungan. Tata kelolanya bisa dengan sistem bagi hasil pada keuntungan. Cara ini pernah dijalankan Rasulullah SAW. Dalam hadis riwayat Imam Bukhari, Rasulullah pernah menyewakan lahan di Khaibar kepada umat yahudi untuk dikelola. Hasilnya disepakati setengah diberikan kepada umat islam sementara setengahnya untuk umat yahudi. Bisa juga dengan beternak hewan. Keuntungannya, harga hewan tidak terpengaruh inflasi sehingga keuntungannya bisa berlimpah.

c. Investasi dengan Emas dan Properti

Jika ingin investasi, pergunakan emas. Dalam Islam, emas boleh digunakan untuk investasi. Tetapi sifat investasi ini tidak untuk jangka pendek melainkan jangka panjang. Proses investasi properti yang diajarkan Rasulullah adalah dengan cara menyerahkan kepada orang lain. Sebagian keuntungan diambil oleh pemilik dan penyewa, dengan lebih dulu dikurangi ongkos operasional.¹²

¹²<https://www.dream.co.id/dinar/bingung-tentukan-usaha-ini-jenis-yang-dianjurkan-dalam-islam-1910119.html> (diakses pada tanggal 11 Februari 2023, pukul 07.22).

3. Bisnis Islam yang Boleh dan Tidak Boleh

Agama Islam hanya menyangkut hal-hal yang dilarang baik itu berbentuk nilai. Di dalam hadist Rasulullah SAW juga menyebutkan ada beberapa bisnis atau jual beli yang diharamkan. Adapun kegiatan ekonomi yang diharamkan yang terdapat di dalam hadist sebagai berikut:

- a. Aktivitas perdagangan
- b. Aktivitas pertanian dan perkebunan
- c. Kegiatan peternakan/menggembala.

Semua kegiatan ini bukan diartikan sebagai kegiatan yang sekarang ini tidak diperbolehkan atau tidak dianjurkan. Semua prinsip yang dipegang seperti yang dijelaskan di atas semua diperbolehkan, kecuali semua yang dilarang.

Secara detail hal-hal yang dilarang dalam praktik jual beli adalah sebagai berikut:

- a. Larangan menjual/membeli barang yang tidak dapat dihitung pada waktu penyerahan secara syara' dan rasa. Jual beli dapat dikatakan dengan gharar atau penipuan. Dalam sebuah hadist yang diriwayatkan Ahmad dari Ibnu Mas'ud r.a, "janganlah kalian membeli ikan yang masih di dalam air, sesungguhnya yang demikian itu penipuan."
- b. Jual beli dengan batil. Ayat al-quran menyebutkan, "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesama dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu"(QS An-Nisa:9)

- c. Jual beli Mudhttar (terpaksa) Orang yang menjual barangnya dengan harga dibawah standar karena terpaksa (karena berutang/untuk mencukupi Riyanti 6 kebutuhannya), maka jual beli ini tidak sampai dilarang, hanya makruh. Orang yang seperti ini disyariatkan dibantu dan diberikan qiradh (pinjaman lunak) sehingga ia terbebaskan dari belenggu kesulitan yang menyimpannya. atas sebuah dasar, perkataan Ali r.a., “Akan datang suatu masa sebagian orang beruang menggigit apa yang ada ditangannya, suatu perbuatan yang tidak pernah diperintahkan”.
- d. Jual beli sandiwara atau Talji’ah. Jika seseorang takut akan orang yang zalim terhadap hartanya, kemudian dia menjual hartanya untuk menghindari gangguan si zalim, dan melakukan akad jual beli dengan mengikuti ketentuan yang berlaku baik syarat maupun rukunnya, maka jual beli seperti ini tidak sah karena kedua belah pihak sebenarnya tidak bermaksud melakukan jual beli, ibaratnya hanya bersandiwara.¹³

C. Konsep Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Al-ghazali dalam bukunya Ihya Ulumuddin menjelaskan pengertian *khuluq* (etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan fikiran.¹⁴ Dalam bahasa Yunani etika berasal dari kata yaitu

¹³ Rianti, "Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada", *Journal of Economics and Business Research*, Vol. ol. 1 No. 1, (2021), 5.

¹⁴ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 171.

Ethos yang berarti adat kebiasaan. Pengertian etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun kelompok.

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. Dari pengertian di atas 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.¹⁵

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 profit. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra). Sedangkan jasa adalah aktifitas-aktifitas yang memberi manmanfaat kepada konsumen atau bisnis lainnya.¹⁶ Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan suatu aktifitas usaha yang terjadi atas dasar saling menguntungkan atau memberi manfaat.

Berdasarkan makna etika dan bisnis di atas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis adalah salah satu rambu yang seharusnya dijadikan

¹⁵ Sonny A. Keraf, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), 14.

¹⁶ Hamzah Yaqub, *Etika Bisnis*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2003), 3.

tolaak ukur untuk menilai perilaku 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).

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

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

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

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; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*(QS. An Nisa’: 29)¹⁷

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya..*, 107

Dari beberapa uraian di atas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah sebagai penerapan prinsip-prinsip syari'at Islam yang bersumber dari Al-Qur'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 akalnyanya. Akal tidak lain adalah suatu makhluk yang mengatur dan mengelola makhluk yang lain, agar terjadi keseimbangan dalam kehidupannya.

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 buruk. Dan senantiasa mudah dalam menjalankan hidup, bersosialisasi terhadap sesama manusia, dan tidak akan mengganggu lingkungan sekitar.

2. Dasar Hukum Bisnis Islam

Dasar-dasar hukum bisnis dalam Islam terdapat di Al-Qur'an antara lain:

a. Surat An-Nisa': 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

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; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

b. At-Taubah: 24

قُلْ إِنْ كَانَ ءَابَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِنُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ ﴿٢٤﴾

Artinya: “Katakanlah: “Jika bapa-bapa , anak-anak , saudara-saudara, isteri-isteri, kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatiri kerugiannya, dan tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai dari Allah dan RasulNya dan dari berjihad di jalan nya, Maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan NYA”. dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang fasik.”

c. An-Nur: 37

رِجَالٌ لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ وَهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٣٧﴾

Artinya: “laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan

*sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.*¹⁸

3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

a. Keesaan (*Tauhid*)

Adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.¹⁹

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.

¹⁸ Supandi Rahman, "Bisnis Dalam Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Sultan Amai Gorontalo*, Vol. 1, Nomor 1, (2020), 58.

¹⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 45-46.

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

وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنْتُمْ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٤﴾

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

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.²⁰

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.

Penerapan konsep ini, maka pengusaha muslim dalam aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal sebagai berikut : *Pertama*, menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapapun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. *Kedua*, praktek-praktek kotor bisnis, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis senantiasa takut akan segala

²⁰ Teungku Muhammad Hasbi ash-Shiddieqy, Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nur 5, h. 4104

larangan yang telah digarisakan. *Ketiga*, menghindari praktek menimbun kekayaan atau harta benda.

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 perhatikan komitmen keadilan, persamaan perlakuan individual dan toleransi terhadap perbedaan, tidak bertinda melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kesalahan atau kemalangan orang lain.²¹

Keseimbangan merupakan “konsep adil, dimensi harizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan dirugikan”.²² Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, diharuskan berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوَّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْٓا ۗ اَعْدِلُوْٓا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

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 kebencian*

²¹ Mudjiarto dan Alias Wahid, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 62.

²² Erni R. Ernawan, *Business Ethics*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 117.

terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada taqwa. Dan bertaqwalah 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 taqwa kepada Allah SWT.²³

Berdasarkan uraian di atas, bisa dikatakan bahwa prinsip ini mengajarkan bahwa dalam suatu tindakan bisnis harus selalu memikirkan keadilan bagi orang lain dan lingkungan, tidak boleh memikirkan keuntungan sendiri sedangkan ada pihak-pihak yang dirugikan dari kegiatan tersebut.

Pada struktur ekonomi dan bisnis, agar kualitas dan keseimbangan dapat mengendalikan semua tindakan manusia, maka harus memenuhi beberapa persyaratan. *Pertama*, hubungan-hubungan dasar antar konsumsi, distribusi dan produksi harus berhenti pada suatu keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya segelintir orang. *Kedua*, keadaan perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak karena Islam menolak daur tertutup pendapatan dan kekayaan yang semakin sempit. *Ketiga*, akibat pengaruh dari sikap yang kuat demikian, maka dalam ekonomi dan

²³ Gemala Dewi, *et al.*, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), 33.

bisnis islam tidak mengakui adanya, baik hal milik yang terbatas maupun sistem pasar yang bebas dan takkan terkendali. Hal ini disebabkan bahwa ekonomi dan bisnis dalam pandangan islam bertujuan penciptaan keadilan sosial.

Dengan demikian jelas bahwa keseimbangan merupakan landasan pikir kesadaran dalam pendayagunaan dan pengembangan harta benda agar harta benda tidak menyebabkan kebinasaan bagi manusia melainkan menjadi media menuju kesempurnaan jiwa manusia menjadi khalifah.

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 adanya sifat Rahman dan Rahim-Nya menganugerahkan manusia kebebasan kepada manusia untuk memilih jalan yang terbentang, antara kebaikan dan keburukan.²⁴

Namun perlu di pahami bahwa pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri, tapi tidak boleh mengabaikan kenyataann bahwa ia sepenuhnya di tuntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT.²⁵

²⁴ Muhammad, *Aspek Hukum dalam Muamalat*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 83.

²⁵ Rafiq Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 37.

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.

Konsep ini dalam aktivitas ekonomi mengarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas islam dengan adanya larangan bentuk monopoli, keuangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap teriptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu.

d. Tanggung Jawab

Allah SWT menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan membuatnya bertanggung jawab atas semua yang dilakukan. Adapun pertanggung jawaban itu adaalah 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 manajemen kepadanya.
- 3) Kepada pihak-pihak yang terlibat dengannya dalam urusan bisnis.

- 4) Kepada pihak ketiga, yaitu masyarakat seluruhnya yang secara tidak langsung terkena akibat dari keputusan dan tindakan bisnisnya.²⁶

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

Dalam dunia bisnis pertanggungjawaban juga sangat berlaku setelah melaksanakan segala aktivitas bisnis dengan berbagai bentuk, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapat keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pembisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku. Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara peran dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.

²⁶ Buranuddin Salam, *Etika Sosial Atas Moral Dalam Kehidupan Manusia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 161.

e. Kejujuran dan 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.²⁷ 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. Jadi bisa disimpulkan bahwa, setiap kegiatan muamalah termasuk bisnis harus dilandasi kejujuran dari setiap pihak yang terkait serta harus memberikan manfaat kepada semua pihak, baik bagi yang melakukan kegiatan maupun masyarakat luas dan masyarakat sekitar.

f. Kebajikan

Kebajikan (ihsan) atau kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai tindakan yang menguntungkan orang lain dibanding orang lain yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun.²⁸ Dalam konteks bisnis, kebajikan dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas

²⁷ Gemala Dewi, *et al.*, *Hukum Perikatan.*, 37.

²⁸ Rafiq Issa Beekum, *Etika Bisnis.*, 37.

pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebajikan ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis. Prinsip ini dilakukan agar pelaku bisnis tidak ragu-ragu dalam melakukan kegiatan ekonomi. Dengan menerapkan prinsip ihsan, maka kita dapat memberikan yang terbaik. Dalam aktivitas ekonomi, kita dapat memberikan pelayanan yang maksimal (*service excellent*) kepada konsumen.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, kebajikan itu lahir dalam diri sendiri tanpa ada permintaan atau paksaan dari orang lain, kesadaran untuk berbuat baik terhadap orang lain lahir sebelum orang lain memintanya serta berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

Berdasarkan keenam 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 di ridhai oleh Allah SWT.

4. 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 mana 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.²⁹

Etika bisnis Islam bertujuan untuk menyelamatkan kehidupan manusia sehingga tercapai kesejahteraan, keselaraan sosial ekonomi dalam kehidupan individu maupun kelompok.³⁰

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 pembisnis muslim harus bisa membedakan yang boleh dilakukan atau yang tidak boleh dilakukan dalam Islam untuk mencapai kehidupan yang sejahtera sebagai individu maupun kelompok masyarakat.

²⁹ Ahmad Amin, *Etika (Ilmu Akhlak)*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1995), 6-7.

³⁰ Muhammad, *Paradigma Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 50.

5. Fungsi Etika Bisnis Islam

Fungsi bisnis pada intinya mempersiapkan segala produk yang dibutuhkan masyarakat serta mendesain sesuatu yang bersifat biasa saja atau bernilai kecil menjadi sesuatu yang luar biasa atau bernilai besar.³¹

Fungsi Khusus Tiga Bisnis Islam terdiri dari tiga komponen yaitu:

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis
- b. Senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis terutama bisnis islami.
- c. Memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern yang kian jauh dari nilai nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al Quran dan sunnah.

6. Sumber Etika Bisnis Islam

Nilai nilai etika dalam praktik ekonomi dan bisnis memberikan ruang kepada manusia untuk memformulasikan nilai nilai bersama yang menjwai kepentingan dan kesejahteraan manusia secara material dan spiritual. Implikasi bahwa etika ekonomi dan bisnis dalam perspektif ekonomi Islam bersumber dari dua sumber yaitu:³²

³¹ Siti Hofifah, "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam", *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol 3 No 2, (2020), 2.

³² Elly Juliani, " Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ummul Qura* Vol. 7 No 1, (2016), 72.

a. Nilai *illahiyyat*

Agama merupakan referensi utama nilai moral dan etika. Etika dan bisnis islam ini yang diilhami oleh ajaran ketuhanan ini melarang para pebisnis untuk melakukan tindakan bisnis yang merugikan orang lain.

b. Nilai *insaniyyat*

Nilai yang bersumber dari kreativitas dan konsesus pemikiran manusia demi kepentingan dan kebaikan manusia itu sendiri.

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 yang terjadi di lokasi tersebut yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah.¹

Penelitian lapangan sangat tepat digunakan karena metode ini merupakan metode untuk menemukan realita yang terjadi untuk menyelidiki gejala-gejala yang terkait dengan Persaingan Usaha Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro Perspektif Etika Bisnis Islam.

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang peneliti gunakan bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian yang peneliti gunakan bersifat deskriptif kualitatif. Menurut Sukmadinata Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan,

¹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), 96

dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung.²

Berdasarkan uraian di atas 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.³ Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memaparkan atau menguraikan fakta yang terjadi pada usaha fotokopi dilingkungan IAIN Metro perspektif etika bisnis Islam.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data yang dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau

²Mega Linarwati dkk, "Studi Deskriptif Pelatihan Dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus", *Journal of Management*, Vol.2 No.2 Maret 2016, 1.

³ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 75.

orang yang menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan⁴.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokoknya permasalahan yang hendak diungkap, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Menurut Umi Narimawati data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau data.⁵ Dalam hal ini peneliti mendapatkan sumber data primer secara langsung dengan beberapa narasumber yaitu 5 pemilik usaha fotokopi, 7karyawan, dan 10 konsumen.

Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah para pemilik usaha fotokopi, karyawan dan konsumen. Para pemilik usaha tersebut adalah Bapak Arsyad sebagai pemilik usaha fotokopi Mbak Merry, Bapak Andrian sebagai pemilik usaha fotokopi Alvana, Bapak Hendra sebagai pemilik usaha fotokopi Ganessa, Om Joe sebagai pemilik usaha fotokopi Joe Sandi dan Om Rohim sebagai pemilik fotokopi Om Rohim. Fotokopi Mbak Merry memiliki karyawan yang berjumlah 2 orang yaitu Mia dan Budilalu fotokopi alvana hanya memiliki 1 orang karyawan

⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 172.

⁵ Nuning Indah Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi", *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol. 1, No. 2 Agustus 2017, 211.

yang bernama Heri, fotokopi ganessa memiliki 2 orang karyawan yaitu Fina dan Rian, fotokopi joe sandi memiliki 1 orang karyawan yaitu sanusi dan fotokopi Rohim memiliki 1 karyawan yaitu Agus. Sedangkan konsumen berjumlah 10 orang yaitu Mba lutfi, Mas Kurniawan, Mba Hikmah, Mba Fitri, Mba Julya, Mba Nala, Mba Nia, Mas Ihwan, Mba Intan dan Mba Rita . Pemilihan 10 Konsumen didasarkan pada seringnya konsumen menjadi pelanggan difotokopian tersebut.

2. Sumber Data Sekunder

Menurut Sugiyono data sekunder ialah “sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Seperti dari orang lain atau dokumen-dokumen. Data sekunder bersifat data yang mendukung keperluan data primer.⁶Sumber data sekunder diperoleh berupa buku yang berkaitan dengan penelitian diantaranya tentang persaingan dan etika bisnis Islam.

Adapun sumber pendukung dari penelitian ini adalah buku dari Erni R. Ernawan yang berjudul *Business Ethies* dan buku Ali Hasan yang berjudul *Manajemen Bisnis Syariah*, serta jurnal dari Elly Juliani berjudul *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*.

C. Teknik Sampling dan Pengumpulan Data

1. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono pengertiannya merupakan metode guna memastikan ilustrasi riset dengan sebagian pertimbangan tertentu yang

⁶*Ibid.*, 212.

bertujuan supaya informasi yang diperoleh nantinya dapat lebih *representatif*.⁷

Penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling. Peneliti mengambil sampel dengan mempertimbangkan mengenai sampel-sampel mana yang paling sesuai, bermanfaat dan dianggap dapat mewakili suatu populasi (*representatif*).

Peneliti telah membuat kisi atau batas berdasarkan kriteria tertentu yang akan dijadikan sampel penelitian. Yaitu didasarkan pada lokasi fotokopian. Dari beberapa fotokopi yang berbeda dengan lokasi yang sama diharapkan peneliti dapat mengetahui persaingan yang terjadi antara unit usaha fotokopi.

2. Pengumpulan Data

a. Wawancara/ Interview

Wawancara (interview) adalah salah satu kaedah mengumpulkan data yang paling biasa digunakan dalam penelitian sosial. Kaedah ini digunakan ketika subjek kajian (responden) dan peneliti berada langsung bertatap muka dalam proses mendapatkan informasi bagi keperluan data primer.⁸ Sedangkan, bentuk interview peneliti menggunakan interview terstruktur, yaitu wawancara yang memuat pertanyaan secara terperinci yang akan ditanyakan.⁹ Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberikan pertanyaan yang

⁷ Ika Lenaini, "Jurnal Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling", *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, Vol. 6, No. 1 Juni 2021, 34.

⁸ Mita Rosaliza, "Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif", *Jurnal Ilmu Budaya*, Vol.11, No.2 Februari 2015, 71.

⁹ *Ibid.*, 120.

sama, dan pengumpul data mencatatnya. Guna memperoleh data yang ada kaitannya dengan peneliti ini, maka peneliti mencari informasi kepada pihak-pihak yang berkaitan langsung.

Wawancara/Interview dilakukan kepada 5(lima) usaha fotokopi yang berada di lingkungan IAIN Metro. Beberapa pihak-pihak yang diwawancarai yaitu 5 Pemilik Usaha Fotokopi yaitu Bapak Arsyad sebagai pemilik usaha fotokopi Mbak Merry, Bapak Andrian sebagai pemilik usaha fotokopi Alvana, Bapak Hendra sebagai pemilik usaha fotokopi Ganessa, Om Joe sebagai pemilik usaha fotokopi Joe Sandi dan Om Rohim sebagai pemilik usaha fotokopi Om Rohim. Para Karyawan yang berjumlah 7 orang yaitu Mia, Budi, Heri, Fina, Rian, Sanusi dan Agus. Dan Konsumen berjumlah 10 orang yaitu Mba lutfi, Mas Kurniawan, Mba Hikmah, Mba Putri, Mba Julya, Mba Nala, Mba Nia, Mas Ihwan, Mba Intan dan Mba Rita .Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi tentang persaingan yang terjadi pada usaha fotokopi di lingkungan IAIN Metro.

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadinya. Dokumentasi yang diperlukan dalam pengumpulan data, adalah dokumen-dokumen atau

catatan dan juga buku-buku yang berkaitan dengan persaingan dan peluang pasar pada usaha fotokopi di lingkungan IAIN Metro.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.¹⁰

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

Melalui cara berfikir induktif, peneliti dapat melihat Persaingan Usaha Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro Perspektif Etika Bisnis Islam. Hal ini dapat diketahui setelah peneliti mendapatkan informasi dan data yang diperoleh dari buku-buku dan juga dokumen-dokumen.

¹⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 87-88.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Desa Iringmulyo

Desa Iringmulyo Kec. Metro Timur berada di Kabupaten Metro memiliki luas wilayah sekitar 1.900 m² dengan jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin, yaitu 12.939 orang/jiwa yang terdiri dari 6.512 orang/jiwa laki-laki dan 6.427 orang/jiwa perempuan, dan terbagi dalam 18 RW serta 42 RT.¹ Mayoritas Mata pencaharian penduduk Kota Metro adalah sebagai Buruh harian lepas, karyawan swasta, wiraswasta dan pedagang, namun lebih dominan sebagai buruh harian lepas.

Adapun batas-batas desa Iringmulyo tersebut adalah sebagai berikut:

Utara : Hadimulyo Timur, Kecamatan Metro Pusat

Timur : Banjarejo, Kabupaten Lampung Timur

Selatan : Rejomulyo, Kecamatan Metro Selatan

Barat : Metro, Kecamatan Metro Pusat.²

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

¹<https://info.metrokota.go.id/peresmian-kampung-tanggung-di-kelurahan-iringmulyo-metro-timur/>

²Website Resmi Kelurahan Iring Mulyo tanggal 16 November 2022

01 Metro Timur, SDN 02 Metro, SDN 04 Metro Timur, SMP N 2 Metro, SMP N 4 Metro, SMKN 1 KotaMetro, SMK N 3 Metro, MAN 1 Metro, SMK 1 Ganesa, IAIN Metro, dan Universitas Muhamadiyah Metro.

Banyaknya lembaga pendidikan di daerah Iringmulyo, menyebabkan terbukanya beberapa peluang usaha di daerah ini, salah satunya adalah fotokopian yang tentunya dibutuhkan oleh para pelajar. Seperti penggandaan file (fotokopi), cetak file (print), jilid skripsi dan lain-lain.

Terdapat 14 fotokopian yang ada di wilayah kampus 1 IAIN Metro, 3 diantaranya adalah Fotokopi mbak merry, fotokopi alvana dan fotokopi ganessa. Banyaknya fotokopian ini tentu menyebabkan adanya persaingan usaha. Persaingan usaha dilakukan untuk merebut hati konsumen. Salah satunya adalah dengan menawarkan produk dan jasa yang menarik kepada calon konsumen dan pelanggannya.

2. Desa Banjarrejo

Desa Banjarrejo Kec. Batanghari berada di Kabupaten Lampung Timur memiliki luas wilayah sekitar 410 Ha, yang terdiri dari 160 Ha Sawah dan 250 Ha Pekarangan. Mayoritas penduduk bermata sebagai PNS, Pedagang dan pekerja serabutan, namun lebih dominan sebagai PNS dengan persentase sebesar 50%.

Adapun Batas-batas Desa Banjarrejo adalah sebagai berikut:

Utara : Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur

Timur : Desa Bumiharjo dan Desa Adirejo

Selatan : Kelurahan Tejoagung dan Desa Sumberrejo

Barat : Kelurahan Tejo Agung dan Kelurahan Iring Mulyo

Desa Banjarrejo merupakan lokasi dimana berdirinya Kampus 2 IAIN Metro, STKIP PGRI, MAN 1 Lampung timur, Mts 1 Lampung Timur, dan SD 2 Banjarrejo. maka dari itu pasti mahasiswa maupun pelajar mencari fotokopian yang dekat dengan kampus, karena hemat waktu dan efisien. Hal ini tentu menguntungkan bagi para pengusaha fotokopian yang ada di daerah Kampus 2. Tapi hal ini juga merupakan tantangan bagi sesama pengusaha fotokopian di daerah tersebut, dikarenakan ada 21 usaha fotokopian yang mengalami persaingan usaha. Dua diantaranya adalah fotokopian Joe sandi dan Rohim. Jika suatu persaingan antara para pelaku usaha sudah terjadi, maka mereka akan berupaya mencapai tujuannya sebagai pemenang dengan saling mengungguli dalam mendapatkan konsumen.

B. Profil Usaha Fotokopi di Lingkungan IAIN Metro

1. Fotokopi Mbak Merry

Fotokopi Mbak merry merupakan fotokopian yang berada di lingkungan kampus 1 IAIN Metro, tepatnya di Jl. Ki Hajar Dewantara No.3. Usaha Fotokopi Mbak Merry didirikan oleh Bapak Arsyad pada tahun 2007. usaha yang beliau jalankan ini menawarkan jasa fotokopi, print dan jilid. Fotokopi ini dibuka setiap hari pada jam 07.30 sampai 20.00 WIB.

Sebagaimana dipaparkan bapak Arsyad dalam wawancara menyebutkan bahwa modal yang dikeluarkan untuk usaha ini yaitu Rp 100.000.000 dengan pendapatan perbulannya sebesar Rp 20.000.000 dan

sekarang beliau memiliki 2(dua) karyawan yang bekerja di fotokopiannya bernama Mia dan Budi.

2. Fotokopi Alvana

Usaha Fotokopi Alvana didirikan oleh Bapak Adrian pada tahun 2005 . usaha yang beliau jalankan ini menawarkan jasa fotokopi, print dan jilid. Fotokopi ini buka setiap hari pukul 08.00 sampai 22.00 WIB dan kusus hari sabtu buka jam 08.00 sampai 17.30 WIB. Dalam wawancaranya, bapak Adrian memaparkan bahwa modal yang dikeluarkan untuk usaha ini sebesar Rp 95.000.000 dengan pendapatan perbulannya sebesar Rp 10.000.000- Rp 15.000.000 dan sekarang beliau memiliki 1 (satu) karyawan yang bekerja di fotokopiannya bernama Heri.

3. Fotokopi Ganessa

Usaha Fotokopi Alvana didirikan oleh Bapak Hendra pada tahun 1990 .tepatnya di Jl. Ki Hajar Dewantara No.78. Fotokopian ini buka setiap hari, pukul 07.30-20.00. Usaha yang beliau jalankan ini menawarkan jasa fotokopi, print dan jilid. Dalam wawancaranya, bapak hendra memaparkan bahwa beliau mengeluarkan modal sebesar Rp 85.000.000 dengan pendapatan sebesar Rp 85.000.000. Sekarang beliau memiliki 2 (dua) orang karyawan yang bekerja di fotokopiannya bernama Fina dan Rian.

4. Fotokopi Joe Sandi

Usaha Fotokopi Joe Sandi didirikan oleh Bapak Joe pada tahun 2017. usaha yang beliau jalankan ini menawarkan jasa fotokopi, print dan jilid. Dalam wawancaranya, bapak joe memaparkan bahwa modal yang

dikeluarkan untuk mendirikan usahanya adalah Rp 70.000.000 dengan pendapatan sebesar Rp 10.000.000 sampai Rp 15.000.000. Sekarang beliau memiliki 1 (satu) karyawan yang bekerja di fotokopiannya bernama Sanusi.

5. Fotokopi Rohim

Usaha Fotokopi Rohim didirikan oleh Bapak Rohim pada tahun 2022. usaha yang beliau jalankan ini menawarkan jasa fotokopi, print dan jilid. Dalam wawancaranya, bapak Rohim memaparkan bahwa modal yang dikeluarkan sebesar Rp 55.000.000 dengan pendapatan sebesar Rp 9.000.000 sampai Rp 12.000.000 dan untuk sekarang beliau memiliki 1 (satu) karyawan bernama Agus.

6. Hasil Wawancara Persaingan Fotokopi di Lingkungan IAIN Metro

Pada usaha Fotokopi, persaingan merupakan salah satu permasalahan yang tidak dapat dihindarkan bagi para pelaku yang mendirikan usaha Fotokopi, terlebih usaha tersebut didirikan dengan jarak lokasi yang berdekatan, seperti usaha Fotokopi yang ada di lingkungan IAIN Metro yaitu Fotokopi Mbak Merry, Fotokopi Alvana, Fotokopi Ganessa, Fotokopi Joe Sandi dan Fotokopi Rohim, hal ini pasti akan menimbulkan persaingan untuk dapat mempertahankan dan menarik minat konsumen agar mau menggunakan jasa yang ditawarkan. Dalam persaingan, para pemilik usaha fotokopi harus mempunyai suatu strategi persaingan, baik itu dalam hal persaingan harga, persaingan dari segi pelayanan, atau dalam persaingan dari segi kualitas, karena persaingan sudah termasuk kedalam hukum alam yang ada dan tidak dapat

dihindarkan. Maka dalam hal ini bagi para pemilik usaha harus bisa menjalankan persaingan dengan menyusun strategi persaingan yang baik, karena strategi sangat memiliki peran penting bagi keberlangsungan usaha yang didirikan dan untuk dapat mempertahankan usahanya. Berikut hasil wawancara yang dilakukan terhadap para pemilik usaha Fotokopi di lingkungan IAIN Metro dan para konsumen.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan terhadap Bapak Arsyad selaku pemilik usaha Fotokopi Mbak Merry, beliau mengatakan bahwa:

“Strategi yang saya gunakan dalam menarik minat konsumen yang saya utamakan mengenai pelayanan yang ramah terhadap konsumen dan menjalin hubungan baik bagi para konsumen, karena kalau kita memberikan pelayanan yang ramah otomatis konsumen akan nyaman menggunakan jasa Fotokopi saya, selanjutnya di pelayanan juga saya lebih membebaskan konsumen apabila ingin mengedit sendiri file yang dimiliki, karena saya menyediakan beberapa komputer untuk mereka gunakan, selanjutnya untuk harga yang saya tetapkan sangat terjangkau dan saya sesuaikan dengan kebutuhannya, contoh kalau fotokopi Rp 250 /lembarnya, kalau untuk print 500/lembarnya, untuk jilid Rp 15.000/jilid nya, kalau untuk jasa lainnya seperti pengetikan disesuaikan dengan harga perlembarnya, ya pada intinya semuanya saya sesuaikan dengan kebutuhannya, terkadang saya memberikan diskon kepara mahasiswa kalau mengeprint skripsi dengan jumlah banyak”³

Berdasarkan penjelasan Bapak Arsyad selaku pemilik usaha Fotokopi Mbak Merry diatas dapat dipahami bahwa, strategi yang diterapkan untuk menarik minat konsumen yaitu dengan mengutamakan dari segi pelayanan terhadap konsumen, menjaga hubungan baik, serta membebaskan konsumen untuk menggunakan fasilitas yang disediakan, dan memberikan diskon untuk para konsumen apabila print file dengan jumlah banyak. Selanjutnya dari harga Fotokopi Merry menetapkannya

³Bapak Arsyad, Pemilik Usaha Fotokopi Mbak Merry, Wawancara, Metro, 4 Juli 2022.

disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, untuk print dan fotokopi dibedakan, serta jasa-jasa lainnya.

Selanjutnya Bapak Arsyad juga mengatakan mengenai kualitas, lokasi dan pesaing yang ada, menurut beliau.

“Saya dalam melakukan pekerjaan apapun yang paling saya utamakan setelah ramah kepada konsumen, ya selalu menjaga kualitas, baik dari kerapihan, kecepatan, ketepatan, hasil print dan fotokopi, dari kualitas kertas juga saya perhatikan agar hasil yang didapat memuaskan, selanjutnya dalam mengerjakan jasa lainnya saya sangat hati-hati, setiap sudah dikerjakan selalu saya cek ulang agar mengetahui ada atau tidak *typo-typo* dalam pengetikan. Untuk lokasi saya ini sangat strategis dekat dengan sekolah dan kampus jadi kebanyakan konsumen saya ya para siswa dan mahasiswa. Selanjutnya mengenai pesaing, kalau saya pribadi menyikapinya dengan santai, karena saya yakin dengan usaha serta kerja keras yang dilakukan pasti akan membuahkan hasil, karena rezeki punya porsinya masing-masing”⁴

Berdasarkan penjelasan Bapak Arsyad bahwa Fotokopi Mbak Merry selain ramah, juga mengutamakan dari segi kualitas dari setiap yang dikerjakan dan selalu memperhatikan hasil yang telah dikerjakan dengan dicek ulang agar mengetahui kesalahan yang ada, serta lokasi dari Fotokopi Mbak Merry ini sangat strategi berada dilingkungan sekolah serta perguruan tinggi, dan Bapak Arsyad juga mengatakan untuk para pesaing yang ada beliau menyikapinya dengan santai karena rezeki sudah memiliki porsinya masing-masing.

Kemudian, hasil wawancara yang dilakukan terhadap SaudaraKurniawan selaku konsumen Fotokopi Mbak Merry, menurut beliau.

⁴Bapak Arsyad, Pemilik Usaha Fotokopi Mbak Merry, Wawancara, Metro, 4 Juli 2022

“Pelayanan yang diberikan cukup memuaskan, cepat dan rapih, selalu mengutamakan yang datang terlebih dahulu, jadi tidak ada pembeda antar konsumen, pengerjaannya tepat waktu, untuk harganya sendiri sangat terjangkau untuk fotokopi perlembar Rp 250, untuk print juga murah Rp 500 perlembar, print bolak balik juga harga tetap sama. Dari banyaknya fotokopi yang ada saya lebih nyaman disini karena pelayanan yang bagus, cepet dan rapih juga”⁵

Berdasarkan pendapat dari Saudara Kurniawan mengenai Fotokopi Mbak Merry dapat dipahami bahwa, pelayanan yang diberikan oleh fotokopi Merry memberikan kepuasan tersendiri bagi Kurniawan dimana menurutnya pelayanan yang diberikan cepat dan rapih, serta selalu mengutamakan budaya antri dengan mendahulukan yang datang atau memesan terlebih dahulu, serta menurutnya harga yang ditetapkan terjangkau, yang membuatnya nyaman dan selalu berlangganan di fotokopi Mbak Merry.

Selanjutnya wawancara yang dilakukan terhadap Saudari Lutfi selaku konsumen Fotokopi Mbak Merry, beliau mengatakan bahwa.

“Untuk saya pribadi kenapa memilih menggunakan jasa Fotokopi Mbak Merry karena hasilnya sangat bagus untuk pengerjaannya rapih, hasil print tintanya bagus, kemudian pelayanan yang diberikan baik sekali, para karyawan ramah-ramah tidak sombong, selalu menanyakan apa saja yang diperlukan, disana juga memfasilitasi dengan komputer yang bisa digunakan untuk para mahasiswa memperbaiki tugas-tugasnya, intinya nyaman mba, untuk harga jasanya sendiri menurut saya standar pada umumnya fotokopi mba, terjangkau bagi para konsumennya. Selanjutnya untuk pemilihan fotokopi sejauh ini saya tidak pernah pindah-pindah kalau ada keperluan mengenai kuliah selalu disini mba, kecuali kalau tutup baru pindah.”⁶

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Saudari Lutfi selaku konsumen dapat dipahami bahwa, alasan beliau memilih

⁵ Rita, Konsumen Fotokopi Mbak Merry, Wawancara, Metro, 28Maret 2023.

⁶Lutfi, Konsumen Fotokopi Mbak Merry, Wawancara, Metro, 28Maret 2023.

menggunakan jasa Fotokopi Mbak Merry karena hasil yang diberikan sangat bagus, para karyawan memperlakukan konsumen dengan ramah, serta disana difasilitasi dengan komputer untuk mempermudah konsumen memperbaiki tugas, untuk harganya sendiri menurutnya standar pada umumnya usaha Fotokopi tidak mahal dan terjangkau dan beliau adalah konsumen tetap di Fotokopi Mbak Merry.

Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap Fotokopi Mbak Merry dan para konsumen dapat dilihat bahwa, persaingan yang digunakan lebih menonjolkan pada sisi pelayanan dengan mengutamakan kualitas, kecepatan serta ketepatan dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan oleh para konsumen, kemudian memberikan harga yang terjangkau bagi para konsumen serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan konsumen seperti penyediaan komputer. Selanjutnya strategi yang digunakan berhasil membuat para konsumen loyal terhadap Fotokopi Mbak Merry dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan, semuanya puas dengan pelayanan yang diberikan ditambah dengan harga yang murah.

Berdasarkan hasil wawancara narasumber ke dua yaitu Bapak Andrian selaku pemilik Fotokopi Alvana, beliau menjelaskan bahwa.

“Sebenarnya untuk strategi saya dalam menarik minat konsumen yaitu dengan mengutamakan kualitas dengan memberikan harga yang sesuai, sebenarnya untuk harga sendiri saya menetapkan lebih mahal dari Fotokopi yang ada karena menurut saya, apabila kita meningkatkan kualitas hasil kerja kita persoalan harga tidak menjadi masalah bagi konsumen, untuk harga sendiri saya menetapkan harga satuan fotokopi itu 500/lembar, kemudian satuan print Rp 1.000/lembar, sedangkan untuk jilid biasa itu Rp 25.000/jilid dan untuk jilid cover skripsi Rp 40.000/skripsi. Kemudian saya selalu memberikan pelayanan dengan baik

kepada konsumen, selalu mengutamakan senyum dan sapa agar konsumen nyaman menggunakan jasa yang kami berikan.”⁷

Berdasarkan hasil penjelasan dari Bapak Andrian selaku pemilik Fotokopi Alvana dapat dipahami bahwa, menurut yang dijelaskannya strategi yang digunakan dalam usahanya yaitu mengutamakan kualitas jasa yang diberikan mengenai persoalan harga menurutnya tidak menjadikan masalah apabila lebih mahal dibandingkan dengan lainnya, menurutnya harga tersebut sudah sesuai dengan hasil kerja yang diberikan, sesuai dengan pelayanan yang baik mengutamakan senyum dan sapa agar konsumen loyal terhadap usaha jasa yang ditawarkannya.

Selanjutnya Bapak Andrian juga menambahkan mengenai sikap terhadap usaha Fotokopi lainnya, beliau menjelaskan bahwa.

“Soal Fotokopi lainnya, saya tidak terlalu mengambil sikap yang terbebani dan tersaingi, menurut saya selagi kita ramah terhadap konsumen, serta memberikan pelayanan dan kualitas yang baik, saya yakin konsumen juga bisa menilainya sendiri. Jadi ya jalani saja mba, yang penting tidak melakukan kecurangan”⁸

Berdasarkan penjelasan Bapak Andrian mengenai sikapnya terhadap pesaing, dapat dipahami bahwa, Bapak Andrian tidak terlalu mengambil sikap yang pesimis terhadap pesaing yang ada, beliau mengutamakan kualitas dan pelayanan kepada konsumen.

Kemudian hasil wawancara yang dilakukan terhadap Saudari Fitri selaku konsumen Fotokopi Alvana, beliau berpendapat bahwa.

“Pelayanan di Fotokopi Alvana menurut saya baik, untuk karyawan semuanya ramah-ramah, untuk hasil print bagus, jelas tidak ada

⁷Bapak Andrian, Pemilik Usaha Fotokopi Alvana, Wawancara, Metro, 4 Juli 2022.

⁸Bapak Andrian, Pemilik Usaha Fotokopi Alvana, Wawancara, Metro, 4 Juli 2022.

yang cacat atau tergores, kebetulan saya baru pertama kali kesini jadi baru menggunakan jasa print dan jilidnya saja mba belum ke yang lain. Untuk harga yang ditetapkan menurut saya mahal karena saya print ini satu lembar bolak balik itu Rp 1000 perlembar, biasanya kalau Fotokopi lainnya cuman Rp 500 perlembar, tapi ini mahal mba, untuk jilidnya kebetulan pake yang biasa Rp 5000. Selanjutnya kalau mengenai tolak ukur untuk memilih jasa fotokopi kalau saya pribadi, pertama jelas yang murah, pelayanannya bagus, kualitas juga bagus mba.”⁹

Berdasarkan penjelasan dari Saudari Fitri dapat dipahami bahwa, untuk pelayanan Fotokopi Alvana menurutnya baik, dari karyawan, hasil printnya sangat bagus tidak ada cacat tinta dan menurutnya harga yang diberikan terlalu mahal tidak sesuai dengan prinsipnya yang lebih tertarik terhadap harga yang murah, menurutnya harga yang ditetapkan berbeda dengan Fotokopi lainnya, dan kebetulan beliau baru pertama kali menggunakan jasa Fotokopi Alvana. Kemudian untuk tolak ukur dalam memilih jasa Fotokopi beliau melihatnya dari harga yang terjangkau, pelayanan dan kualitas.

Selanjutnya hasil wawancara yang dilakukan terhadap Saudari Hikmah selaku konsumen Fotokopi Alvana, beliau mengatakan bahwa.

“Menurut saya pelayanan yang diberika Fotokopi Alvana terhadap saya sangat baik, semuanya ramah baik pemilik atau konsumennya sendiri, untuk kualitas hasil yang diberikan saya akui sangat bagus menurut saya seimbang dengan harga yang diberikan, kalau ada hasil print yang tidak jelas langsung diganti, biasanya saya lebih menggunakan jasa edit serta selama saya menggunakan jasa Fotokopi Alvana tidak mengecewakan, ya walaupun menurut kebanyakan orang harganya mahal tapi bagi saya tidak masalah selagi hasil kerjanya bagus, ini juga menjadi tolak ukur saya memilih jasa Fotokopi, karena percuma kalau harga murah hasil tidak bagus, mending menggunakan jasa mahal tapi sesuai dengan hasil”¹⁰

⁹Nia, Konsumen Fotokopi Alvana, Wawancara, Metro, 4 Juli 2022.

¹⁰ Kurniawan, Konsumen Fotokopi Alvana, Wawancara, Metro, 4 Juli 2022.

Berdasarkan hasil penjelasan Saudari Hikmah di atas dapat dipahami bahwa, menurutnya kualitas yang diberikan oleh Fotokopi Alvana sangat memuaskan dimana menurutnya tidak menjadi masalah apabila harga yang ditetapkan lebih mahal, karena sesuai dengan hasil yang diberikan tidak mengecewakan, kemudian menurutnya selama menjadi konsumen Fotokopi Alvana pelayanan yang diberikan tidak mengecewakan semua karyawan serta pemilik ramah-ramah.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap Fotokopi Alvana dan para konsumen, dapat ditarik kesimpulan bahwa, usaha Fotokopi Alvana menetapkan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan usaha Fotokopi lainnya, dimana menurut penjelasan tadi harga tersebut disesuaikan dengan kualitas yang diberikan. Jadi kualitas dan harga di Fotokopi Alvana lebih diutamakan untuk persaingan yang ada. Sedangkan menurut para konsumen, harga yang ditetapkan ada yang berpendapat tidak terjangkau dan ada juga yang tidak mempermasalahkan mengenai persoalan harga.

Kemudian hasil wawancara yang dilakukan terhadap narasumber ke tiga, yaitu Bapak Hendra pemilik Fotokopi Ganessa, beliau mengatakan bahwa.

“Mengenai strategi setiap usaha pasti yang diutamakan mengenai strategi pelayanan terhadap konsumen, ya untuk saya sendiri sama mba pelayanan yang diutamakan agar konsumen nyaman, yang biasanya saya lakukan yaitu pertama menanyakan apa keperluannya, selalu senyum, ramah serta cekatan dalam mengerjakan tugas yang diberikan. Kemudian mengenai harga yang saya tetapkan dihitung dari adanya biaya 2 orang karyawan dan biaya perawatan mesin yang sudah tua yang membuat harga yang ditetapkan berbeda dengan beberapa fotokopi yang ada. Harga nya

sendiri untuk fotokopi Rp 500/lembar, print Rp 1.500/lembar, jilid Rp 25.000/jilid mba, mungkin harga ini mahal tapi ini menurut saya sudah saya hitung dengan biaya lainnya mba.”¹¹

Berdasarkan penjelasan Bapak Hendra dapat dipahami bahwa, dalam strategi menarik minat konsumen, Fotokopi Ganessa sama saja dengan usaha Fotokopi pada umumnya mengutamakan pelayanan terhadap konsumen, untuk penetapan harga dihitung dari biaya perawatan dan adanya karyawan, maka dapat ditentukan harga yang sesuai.

Selanjutnya Bapak Hendra juga menambahkan penjelasannya bahwa.

“Usaha yang dijalankannya saat ini sudah lama berdiri dan terletak dilokasi yang strategi sama dengan lainnya dilingkungan sekolah dan kampus, dari dulu saya selalu kualitas yang saya unggulkan untuk usaha saya, ya walau terkadang masih ada kurangnya tapi tidak apa-apa bisa diperbaiki. Untuk sekarang ini jujur semenjak banyaknya usaha Fotokopi yang berdiri pendapatan menurun karena banyak konsumen yang pindah ke Fotokopi yang ada, ya menyikapinya sekarang dengan meningkatkan keahlian saja serta mempertahankan kualitas.”¹²

Berdasarkan penjelasan diatas dapat di pahami bahwa, usaha yang dijalankan Bapak Hendra ini termasuk kedalam usaha yang sudah lama berdiri serta letak dilokasi yang sama dilingkungan sekolah dan kampus, sejak dahulu sampai dengan saat ini Fotokopi Ganessa selalu mengunggulkan kualitas walau terkadang masih terdapat kesalahan namun dapat di perbaiki. Fotokopi Ganessa mengeluhkan dengan kondisi yang saat ini dirasakan karena pendapatan yang diperoleh tidak sebanyak

¹¹Bapak Hendra, Pemilik Usaha Fotokopi Ganessa, Wawancara, Metro, 1 Juli 2022.

¹² Bapak Hendra, Pemilik Usaha Fotokopi Ganessa, Wawancara, Metro, 1 Juli 2022.

dahulu karena sudah banyak usaha Fotokopi yang berdiri dilingkungan kampus dan sekolah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Saudari Nala selaku konsumen Fotokopi Ganessa, Saudari Nala mengatakan bahwa.

“Fotokopi Ganessa ini sudah terkenal, karena sudah ada sejak saya kecil, pelayanannya itu sangat bagus, tetapi harga di Fotokopi Ganessa cukup mahal dari Fotokopi lain, mungkin hal ini juga yang membuat fotokopi ini lebih sepi dari Fotokopi lain. karena biasanya fotokopi per lembar hanya Rp250 tapi jika disini Rp500/lembar nya.”¹³

Berdasarkan penjelasan dari Saudari Nala dapat di pahami bahwa, menurutnya sejak dulu Fotokopi Ganessa ini sudah bagus, pelayanan yang diberikan juga sangat bagus, namun harga yang diberikan mahal dibanding usaha Fotokopi pada umumnya yang menurutnya usahanya menjadi sepi mungkin karena terlalu mematok dengan harga yang mahal.

Selanjutnya hasil wawancara yang dilakukan terhadap Saudari Julya selaku konsumen Fotokopi Ganessa, beliau menjelaskan bahwa.

“Untuk di Fotokopi Ganessa memang harga yang ditetapkan ya sedikit mahal, tapi menurut saya disini kualitasnya bagus dan pengalaman pemilik serta karyawannya jelas sudah banyak, karena ini kan berdirinya sudah sejak jaman saya masih kecil jadi ya harga segitu tidak apa-apa. Untuk saya sendiri memilih disini ya karena tempatnya bersih dan karyawannya ramah-ramah, maka bagi saya tak masalah jika harganya sedikit mahal, tapi lebih baik jika harga lebih diturunkan agar para mahasiswa maupun pelajar tidak keberatan dengan harga yang ada.”¹⁴

Berdasarkan penjelasan dari Saudari Julya dapat dipahami bahwa, Menurutnya dengan harga yang ditetapkan sedikit lebih mahal dibandingkan usaha lainya tidak menjadi permasalahan, karena sikap

¹³ Intan, Konsumen Fotokopi Ganessa, Wawancara, Metro, 29Maret 2023.

¹⁴ Julya, Konsumen Fotokopi Ganessa, Wawancara, Metro, 29Maret 2023.

pelayanan yang diberikan karyawan sangat baik, tempat nya berish, dan sudah berpengalaman maka kualitasnya diragukan, namun beliau juga memberikan masukan jika untuk harga mungkin bisa diturunkan agar mahasiswa atau pelajar tidak keberatan.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas dapat di tarik sebuah pemahaman bahwasannya Fotokopi Ganessa menetapkan harga lebih mahal dikarenakan penetapan harga diperhitungkan oleh beberapa hal seperti adanya biaya sewa gedung, biaya 2 orang karyawan dan biaya perawatan mesin yang sudah tua. Walau begitu karyawan disini tetap mengedepankan pelayanan yang baik kepada konsumen. Tetapi menurut para konsumen meskipun bersih dan nyaman, akan lebih baik jika harga yang ada lebih diturunkan agar para pelajar dan mahasiswa dapat berlangganan.

Kemudian hasil wawancara yang dilakukan terhadap narasumber ke empat, yaitu Bapak Joe selaku pemilik usaha Fotokopi Joe Sandi, beliau menjelaskan bahwa.

“Strategi yang saya gunakan dalam usaha Fotokopi yaitu membangun relasi yang baik dengan konsumen, apabila relasi berjalan baik pasti konsumen akan tetap loyal terhadap jasa yang diberikan, terlebih saya juga memfasilitasi dengan bebergai pelayanan dari menyediakan beberapa komputer, perlatan dan perlengkapan yang dibutuhkan oleh para mahasiswa dan saya juga memberikan pelayanan secara online jadi konsumen bisa mengirimkan tugas atau memberikan pesan jika ingin butuh sesuatu. Selanjutnya penetapan harga yang dilakukan adalah dengan melihat harga fotokopi Lain. Karena dengan begitu dapat meminimalkan persaingan yang ada dan dapat mempengaruhi minat konsumen, harganya sendiri sama untuk fotokopi Rp 250/lembar, print 500/lembar dan jilid dari harga Rp 3.000-Rp 15.000/jilid. Selain harga saya juga yang pasti kualitas harus diberikan dengan baik, karena

kebanyakan konsumen saya adalah mahasiswa/i jadi tidak boleh sembarangan dalam mengerjakan.”¹⁵

Berdasarkan penjelasan dari Bapak Joe selaku pemilik usaha Fotokopi Joe Sandi dapat di pahami bahwa. Dalam menarik minat konsumen strategi usaha Fotokopi Joe Sandi yang digunakan yaitu membangun relasi antar karyawan pemilik usaha dengan para konsumen, agar konsumen merasakan nyaman dan loyal terhadap jasa yang diberikan, terlebih kebanyakan dari konsumennya adalah para mahasiswa yang harus diberikan pelayanan yang baik, selain itu untuk persaingan harga yang ditetapkan disamakan dengan usaha Fotokopi lainnya, menurutnya hal ini bisa meminimalisir adanya persaingan.

Selanjutnya hasil wawancara yang dilakukan terhadap Saudara Ihwan selaku konsumen Fotokopi Joe Sandi, beliau mengatakan bahwa.

“Pelayanan yang diberikan oleh pemilik serta karyawan Fotokopi Joe Sandi sangat-sangat baik sekali, apalagi untuk om joe nya sendiri dengan konsumen sangat ramah dan gampang akrab jadi kita enak kalau mau konsultasi apapun tidak ada rasa canggung, kemudian untuk harga, tergolong murah, malah terkadang jika hanya mengeprint satu lembar, saya tidak diperbolehkan membayar, makannya saya tidak pernah kemana-mana lagi kalau ada urusan mengenai tugas-tugas kuliah karena lebih nyaman disini.”¹⁶

Berdasarkan penjelasan Saudara Ihwan diatas dapat dipahami bahwa. Pelayanan yang diberikan oleh Fotokopi Joe Sandi sangat baik semuanya sangat ramah dan mudah akrab dengan konsumen, hal ini yang membuat konsumen nyaman dan loyal, serta harganya pun sangat

¹⁵Bapak Joe, Pemilik Usaha Fotokopi Joe Sandi, Wawancara, Batanghari, 5Juli 2022.

¹⁶Ihwan, Konsumen Fotokopi Joe Sandi, Wawancara, Batanghari, 1November 2022.

terjangkau, dan Saudara Ihwan juga mengatakan pernah tidak diperbolehkan membayar kalau mengeprint satu lembar.

Selanjutnya hasil wawancara yang dilakukan terhadap Saudari Nia selaku konsumen Fotokopi Joe Sandi, beliau mengatakan bahwa.

“Untuk soal harga terjangkau karena Fotokopi perhalamannya Rp 250 perhalaman, untuk print Rp1.000 dapat 2 lembar dan jilid biasanya Rp15.000. Untuk pelayanan ramah terhadap konsumen, *fast respon* apabila ada konsumen kirim file, dan memberikan pelayanan diskon apabila mencetak atau menggandakan dokumen dalam jumlah banyak dan menjaga hasil cetakan tetap bagus terutama Fotokopi, bahkan Fotokopi ini dapat melayani via whatsapp atau online.”¹⁷

Berdasarkan penjelasan dari Saudari Nia dapat di pahami bahwa, untuk soal harga yang ditetapkan oleh Fotokopi Joe Sandi sangat terjangkau, untuk pelayanan ramah, *fast respon* apabila konsumen mengirimkan file, karena disini melayani via online whatsapp serta selalu memberikan diskon harga.

Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap pemilik dan konsumen Fotokopi Joe Sandi dapat disimpulkan bahwa, untuk persaingan harga yang ditetapkan oleh Fotokopi Joe Sandi disesuaikan pada umumnya usaha Fotokopi lainnya, dengan maksud agar tidak timbul persaingan, selanjutnya Fotokopi Joe Sandi berhasil dengan strategi membangun relasi dengan baik terhadap konsumen, dilihat pada respon yang diberikan bahwa konsumen merasa nyaman atas pelayanan, keramahan dan ke akrabannya yang terjalin.

¹⁷ Adit, Konsumen Fotokopi Joe Sandi, Wawancara, Batanghari, 1 November 2022.

Kemudian hasil wawancara yang dilakukan terhadap narasumber kelima yaitu Bapak Rohim selaku pemilik usaha Fotokopi Rohim, beliau mengatakan bahwa.

“Pelayanan yang pertama harus kita terapkan adalah ramah terhadap konsumen, lalu menjaga kualitas usaha kita dan saya selalu memberikan free edit bagi konsumen yang mencetak dalam jumlah banyak. Dalam menerapkan harga, saya menyesuaikan dengan fotokopian lain, karena dikhawatirkan jika memasang harga yang lebih mahal maka akan membuat konsumen tidak akan kembali lagi, sedangkan untuk harganya fotokopi Rp 250/lembar, print Rp 500/lembar dan jilid Rp 15.000/lembar, untuk harga edit, pengetikan dan pembuatan lainnya saya menyesuaikan dari tingkat kesulitan dan jumlahnya. Kemudian untuk fasilitas pelayanan saya hanya menyediakan satu komputer untuk digunakan oleh konsumen, karena usaha saya ini kebetulan belum lama berdiri, tadinya saya ikut kakak saya Joe Sandi itu, sekarang saya sudah membuka sendiri tidak jauh dari usaha beliau, lokasinya itu ada didepan Kampus 2 IAIN Metro.”¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara terhadap Bapak Rohim dapat di pahami bahwa, pelayanan yang terapkan oleh Bapak Rohim dengan menjaga kualitas serta memberikan layanan free edit bagi konsumen yang ingin mencetak banyak, memberikan satu komputer untuk digunakan konsumen, dan harga jasa yang ditetapkan di samakan dengan usaha fotokopi lainnya baik fotokopi, print, jilid, harga edit, pembuatan data-data lainnya, dengan bertempat didepan kampus 2 IAIN Metro.

Selanjutnya hasil wawancara yang dilakukan terhadap Saudari Intan selaku konsumen Fotokopi Rohim, beliau mengatakan bahwa.

“Pelayanan yang diberikan sangat baik, orangnya sabar, kalau lagi rame beliau cuman bisa senyum, untuk harganya sendiri sangat terjangkau fotokopi perhalaman Rp 250, untuk print Rp 1.000 dapat 4 lembar, dan jilid Rp 15.000 sampai Rp 25.000 Menurut saya dengan harga segitu masih dalam kategori normal tidak mahal dan tidak murah. Kalau tolak

¹⁸Bapak Rohim, Pemilik Usaha Fotokopi Rohim, Wawancara, Batanghari, 5Juli 2022.

ukur saya dalam memilih fotokopi pastinya yang ramah dan murah kaya Pak Rohim ini, makannya saya berlangganan disini.”¹⁹

Berdasarkan penjelasan dari Saudari Intan dapat di pahami bahwa, menurutnya pelayanan yang diberikan oleh Fotokopi Rohim sangat baik, pemilik Fotokopi sangat sabar dan murah senyum, untuk harga yang ditetapkan terjangkau bagi para konsumen, dan Saudari Intan ini sudah berlangganan menggunakan jasa Fotokopi Rohim.

Selanjutnya hasil wawancara yang dilakukan terhadap Saudari Rita, beliau menjelaskan bahwa.

“Pelayanan jasa Fotokopi Rohim ini menyediakan via online whatshapp jadi kita menggunakan jasanya tidak harus langsung datang ketempat bisa via whatshapp, respon selalu cepat langsung di balas, harga standar yang diterapkan membuat saya sebagai mahasiswa tidak merasa keberatan. Selain itu, dokumen kita akan dirapihkan lagi oleh karyawan secara gratis jika ingin mencetak.”²⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan Saudari Rita dapat di pahami bahwa, Pelayanan yang disediakan pada Fotokopi Rohim ini bisa melalui online whatshapp dengan mengirimkan tugas langsung dapat di ambil sesuai kesepakatan, selain itu dokumen yang ingin di print selalu di edit jadi bener-bener memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen dengan menetapkan harga yang terjangkau.

Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap pemilik usaha Fotokopi Rohim dan beberapa konsumen dapat disimpulkan bahwa, strategi yang digunakan oleh Fotokopi Rohim dalam menarik minat berhasil dengan melihat hasil penemuan dilapangan bahwa konsumen

¹⁹ Alhikmah, Konsumen Fotokopi Rohim, Wawancara, Batanghari, 30Maret 2023.

²⁰ Nala, Konsumen Fotokopi Rohim, Wawancara, Batanghari,30Maret 2023.

begitu loyal terhadap jasa yang diberikan, serta dalam penetapan harga, disini tidak adanya persaingan Fotokopi Rohim menetapkan sesuai pada umumnya.

Berdasarkan dari data diatas dapat diketahui bahwa, strategi persaingan yang dilakukan oleh para usaha Fotokopi dilingkungan IAIN Metro semuanya mempunyai pandangan dan caranya masing-masing dalam menarik konsumen dan mempertahankan usahanya, semuanya dijalankan sesuai dengan kemampuan yang ada, dan hasil pendapat para konsumen juga sangat beragam.

C. Analisis Persaingan Usaha Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro Perspektif Etika Bisnis Islam

Berdasarkan pembahasan diatas dapat dianalisis bahwa persaingan yang terjadi pada beberapa usaha Fotokopi yang ada dilingkungan IAIN Metro ternyata lebih menonjol kepada persaingan pelayanan terhadap konsumen dan kualitas jasa yang dihasilkan, sedangkan untuk harga sebagian dari usaha menerapkan harga disesuaikan kepada umumnya harga yang ditetapkan oleh kebanyakan usaha Fotokopi, namun ada beberapa usaha Fotokopi yang berbeda juga dalam penerapan harganya, dimana harga tersebut jauh lebih tinggi dibanding pada umumnya karena mempertimbangkan berbagai aspek biaya lainnya, jadi strategi persaingan yang digunakanke 5 usaha Fotokopi semuanya dilakukan menurut syari'at Islam.

Kemudian pada etika persaingan yang dilakukan telah sesuai dengan etika bisnis Islam dimana para usaha Fotokopi di lingkungan IAIN Metro lebih

menerapkan kepada prinsip kehendak bebas, semuanya melakukan persaingan secara sehat dengan kelebihan serta kekurangan yang dimiliki masing-masing, strategi persaingan tersebut mengandalkan kemampuannya masing-masing dalam persaingan untuk menarik minat konsumen, seperti mengutamakan kualitas, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen serta menetapkan harga yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing usaha Fotokopi. Hal ini terbukti dengan strategi persaingan yang digunakan dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan masing-masing jasa usaha Fotokopi yang ada di lingkungan IAIN Metro yang dilihat dari beberapa spesifikasi persaingan sebagai berikut.

1. Kualitas

Kualitas merupakan salah satu faktor utama persaingan, dimana konsumen akan tertarik menggunakan jasa dilihat dari kualitasnya. Berdasarkan dari hasil analisis lapangan kualitas yang ditawarkan dan diberikan dari ke 5 usaha Fotokopi yang ada di lingkungan IAIN Metro semuanya bagus, namun dari ke 5 usaha tersebut yang sudah diakui sejak dulu kualitasnya yaitu di Fotokopi Alvana dan Ganessa dimana mereka memprioritaskan hasil jasa yang diberikan dengan memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumen, sedangkan untuk Fotokopi Mbak Merry, Joe Sandi dan Rohim masih dibatas standar yang mana mereka memprioritaskan kualitas namun terkadang masing terdapat kekurangan didalamnya.

2. Harga

Faktor selanjutnya yang menjadi tolak ukur konsumen untuk tertarik membeli suatu produk dilihat dari harga yang ditetapkan, penetapan harga oleh ke 5 usaha Fotokopi dilingkungan IAIN terdapat beberapa perbedaan sudut pandang dalam penetapan harga, dalam usaha Fotokopi Mbak Marry, Fotokopi Joe Sandi dan Fotokopi Rohim harga yang ditetapkan dilihat dari umumnya harga yang dipatok oleh para usaha Fotokopi dengan melihat keadaan konsumen yang lebih menyukai harga murah dan terjangkau bagi mereka, sedangkan untuk usaha Fotokopi Alvana harga jasa yang ditetapkan disesuaikan berdasarkan kualitas yang diberikan walaupun sedikit mahal namun tidak menjadi permasalahan, sedangkan untuk Fotokopi Ganessa penetapan harga dihitung dari biaya perawatan dan biaya-biaya lainnya baru bisa menetapkan harga.

Dari ke 5 usaha Fotokopi di lingkungan IAIN Metro dalam menetapkan harga tidak terlalu menjadi pengaruh yang besar dalam persaingan, karena penetapan harga tersebut sudah diperhitungkan dari segala aspek tertentu guna ditujukan untuk mendapatkan keuntungan.

3. Tempat

Tempat merupakan salah satu faktor selanjutnya dalam persaingan, pemilihan tempat atau lokasi dari ke 5 usaha Fotokopi yang ada dilingkungan IAIN Metro semuanya berada dilingkungan yang strategis, dimana letak lokasi di dalam ruang lingkup yang sesuai dengan kebutuhannya, sasaran pasar usaha Fotokopi adalah para pelajar,

mahasiswa, pekerja kantor lainnya, tempat ke 5 usaha tersebut sudah benar dan sesuai dengan kebutuhannya yaitu dilingkungan sekolah, perguruan tinggi dan perkantoran.

4. Pelayanan

Dari segi persaingan dalam pelayanan, ke 5 usaha Fotokopi semuanya bersaing sesuai dengan kemampuannya dengan mengutamakan pelayanan yang baik, ramah dengan konsumen, memberikan diskon serta kemudahan untuk mendapatkan peralatan yang dibutuhkan dalam mengerjakan tugas, serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh para konsumen dengan bebas, dengan tujuan agar konsumen tetap loyal dan nyaman menggunakan jasa yang diberikan.

Melihat persaingan pada usaha Fotokopi yang ada di lingkungan IAIN Metro semuanya menggunakan cara yang sehat dalam menarik minat konsumen. Persaingan sehat yang dijalankan oleh ke 5 usaha Fotokopi ini membenarkan bahwa semuanya telah mengikuti sesuai dengan *syari'at* Islam yang mana dalam Islam, berbisnis mempunyai etika bisnis yang harus dijalankan bagi setiap muslim yang menjalankan usahanya. Jadi etika dalam berbisnis itu sangat penting karena bisnis tidak hanya mencakup mengejar keuntungan, tetapi semua bentuk kegiatan dalam produksi, distribusi, pemasaran, dan kejujuran.

Dalam etika bisnis Islam terdapat 6 (enam) prinsip yaitu Prinsip Keesaan, Prinsip Keseimbangan, Prinsip Kehendak Bebas, Prinsip Tanggungjawab, Prinsip Kejujuran dan Prinsip Kebajikan. Beberapa hal tersebut merupakan

halyang perlu diperhatikan dalam hal berbisnis begitu juga dengan persaingan yang terjadi didalam nya supaya tidak keluar dari etika bisnis Islam dan terjadi keseimbangan yang baik.

1. Keesaan (*Tauhid*)

Dalam menjalankan sebuah usaha ikhlas dan ikhtiar mempasrahkan semua nya kepada Allah SWT merupakan bentuk kita mempercayai dalam segala hal termasuk rezeki pasti sudah memiliki porsinya masing-masing, para pemilik usaha Fotokopi yang ada di lingkungan IAIN Metro semuanya menyerahkan sepenuhnya kepada Allah dengan tidak menganggap bahwa semakin banyak usaha yang sama akan membuat usahanya bersaing dan sepi, ke 5 usaha Fotokopi tersebut percaya bahwa rezeki yang mereka miliki tidak akan tertukar, sudah digariskan dan memilik porsinya masing-masing. Pada hal ini dalam melakukan bisnisnya sebaiknya harus mengingat dan berserah kepada Allah SWT dalam keadaan apapun. Sesuai dengan firman Allah SWT :

لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ﴿١٦٣﴾

Artinya : *"Tiada sekutu bagi-Nya; dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertamatama menyerahkan diri (kepada Allah)."*²¹(Q.S. Al- An'aam: 163)

²¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Q.S Al-An'aam: 163

2. Keseimbangan (Keadilan)

Sesuai dengan penemuan di ke 5 usaha Fotokopi dapat dianalisis bahwa dalam keseimbangan atau keadilan yang ditemukan semuanya menerapkan prinsip keseimbangan atau keadilan yang meliputi perlakuan baik dari pihak produsen kepada seluruh konsumen tanpa membedakan satu sama lain dan memberikan kompensasi kepada konsumen yang memang menjadi hak konsumen.

Dilihat dari sisi pelayanan terhadap pelanggan semuanya mengutamakan dan memprioritaskan konsumen yang datang terlebih dahulu atau memesan terlebih dahulu, walaupun terkadang ada konsumen dengan kebutuhan mendesak meminta didahulukan, akan tetapi para Fotokopi tidak serta merta langsung menyanggupi mendahulukannya, jadi melihat terlebih dahulu seberapa penting kebutuhan mendesak tersebut, apabila hanya memfotokopi file hanya satu bisa didahulukan, tapi kalau itu membutuhkan waktu yang lama semua Fotokopi tetap meminta konsumen untuk menunggu sesuai dengan antrian, jadi tidak ada pembeda atau perlakuan khusus lainnya terhadap konsumen maksudnya disini mau itu pelanggan tetap atau pelanggan baru, akan tetap diberi keadilan dengan tidak membedakan, kecuali kebutuhan mendesak yang tidak memakan waktu banyak seperti memfotokopi satu file saja, selebihnya wajib menunggu sesuai antrian. Keadilan dalam memperlakukan seseorang atau individu sesuai dengan firman Allah SWT sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اِعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

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”.²²(Q.S Al-Maidah:8)

3. Kehendak Bebas

Dalam menjalankan sebuah persaingan kebebasan merupakan hak semua pelaku usaha untuk mengatur strategi yang dimiliki dengan tidak keluar dari etika bisnis Islam. Kebebasan dalam memberikan dan menetapkan harga serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dengan mengutamakan kualitas merupakan hak yang sah-sah saja dilakukan. Persaingan yang terjadi di usaha Fotokopi yang ada dilingkungan IAIN Metro terlihat pada persaingan pelayanan, serta persaingan dalam kualitas jasa yang diberikan, dan penetapan harga.

Dalam penemuan dilapangan semua usaha Fotokopi di lingkungan IAIN Metro lebih mengutamakan pelayanan dan kualitas dalam menarik minat konsumen, mereka berusaha untuk membuat para konsumen nyaman dengan pelayanan yang diberikan dan memberikan kualitas jasa yang terbaik agar konsumen tetap loyal terhadap usaha yang dimiliki. Dari sini dapat dipahami bahwa kepada seluruh pemilik usaha Fotokopi yang ada di lingkungan IAIN Metro yang menerapkan etika bisnis Islam dalam

²²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Q.S Al-Maidah:8

usahanya maka ia dapat mengimplementasikan prinsip kehendak bebas dengan memberikan kebebasan kepada pesaing bisnis untuk menjalankan bisnisnya. Seperti contohnya dalam kebebasan para pesaing memberikan pelayanan yang terbaik terhadap konsumen seperti ramah, senyum dan sapa, menjalin hubungan baik agar konsumen nyaman, serta memberikan kualitas jasa yang terbaik dengan mengasihkan hasil print yang bagus tanpa cacat dan kebebasan dalam menetapkan harga yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing usaha Fotokopi. Seperti yang dijelaskan dalam firman Allah Swt sebagai berikut:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾ وَأَنْ سَعْيُهُ سَوْفَ يُرَىٰ ﴿٤٠﴾ ثُمَّ يُجْزَاهُ
الْجِزَاءَ الْأَوْفَىٰ ﴿٤١﴾ وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنْتَهَىٰ ﴿٤٢﴾

Artinya: “Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya). Kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna, dan bahwasanya kepada Tuhanmulah kesudahan (segala sesuatu).”²³ (Q.S An-Najm:39-42)

4. Tanggung Jawab

Dalam berbisnis tanggung jawab merupakan sesuatu yang harus dimiliki oleh pemilik usaha dan para karyawan, karena tanggung jawab merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan suatu usaha terutama dalam bidang jasa. Dalam analisis yang dilihat dari penemuannya semua usaha Fotokopi di lingkungan IAIN Metro menjunjung tinggi tanggung jawab dengan menyelesaikan tugas-tugas atau pesanan para konsumen sesuai dengan waktunya, apabila ada kerusakan atau kecacatan dalam pengerjaan mereka langsung bertanggung jawab untuk mengganti dengan yang baru, karena disinilah mereka mengunggulkan dari segi

²³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Q.S An-Najm:39-42.

kualitas jasa yang diberikan. Seperti firman Allah SWT yang membahas mengenai tanggung jawab sebagai berikut:

قَالَ عَمَّا قَلِيلٍ لَّيُصْبِحُنَّ نَادِمِينَ ۝

Artinya: “*Dalam sedikit waktu lagi pasti mereka akan menjadi orang-orang yang menyesal*”²⁴ (Q.S Al-Mu’minun:40)

5. Kejujuran dan Kebenaran

Prinsip kejujuran dan kebenaran yang dilihat pada semua usaha Fotokopi yang ada dilingkungan IAIN Metro, semuanya menerapkan prinsip ini dengan memberikan harga sesuai dengan kebenarannya yang dilihat dari hasil jasa yang dikerjakan serta sudah menerapkan prinsip kejujuran dengan menghitung semua total harga yang ditetapkan dengan benar, selalu menjelaskan kepada konsumensebelum dikerjakannya jasa yang diinginkan konsumen bahwa ada kenaikan harga pada jasa yang ditawarkan, seperti contohnya mengeprint dengan hasil banyak warna, usaha Fotokopi akan menjelaskan bahwasannya file yang akan diprint akan membutuhkan banyak warna, untuk harganya berbeda dengan print biasanya, ada kenaikan harga disetiap lembar yang membutuhkan tinta yang banyak seperti mengeprint gambar. Hal ini dilakukan agar konsumen mengetahui dan menghindari kesalah fahaman.

Prinsip kejujuran dan kebenaran dalam menjalankan usaha tersebut sesuai dengan firman Allah SWT sebagai berikut:

²⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Q.S Al-Mu’minun:40.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.*”²⁵ (Q.S. Al-Ahzab:70)

6. Kebajikan

Kebajikan atau kebaikan terhadap orang lain diartikan sebagai tindakan yang menguntungkan orang lain dibanding orang lain yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun. Kebijakan merupakan ketentuan yang diberikan oleh para pemilik usaha Fotokopi dalam menjalankan usahanya, seperti Fotokopi Rohim disana memberikan sebuah kebijakan *free* edit atau gratis edit untuk file-file yang akan di print jadi tidak dimintai biaya tambahan lagi dalam proses edit tersebut, selanjutnya untuk seluruh usaha Fotokopi juga memberikan kebijakan kepada konsumen untuk menggunakan fasilitas yang disediakan seperti mengoperasikan komputer untuk kegiatan yang dibutuhkan dan diperbolehkan mengeprint sendiri hasil yang dibuatnya. Seperti firman Allah SWT yang membahas mengenai kebijakan seperti halnya menolong sesama sebagai berikut:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

Artinya: “.... dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”²⁶ (Q.S. Al-Maidah:2)

²⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Q.S Al-Ahzab:70.

²⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Q.S Al-Maidah:2.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap persaingan Usaha Fotokopi di lingkungan IAIN Metro, bahwa persaingan terjadi lebih kepada persaingan pelayanan terhadap konsumen dan persaingan kualitas jasa yang lebih diunggulkan, untuk harga semuanya menetapkan disesuaikan dengan harga para pesaing, walaupun ada 2 usaha Fotokopi yang menentukan harga disesuaikan dengan kondisi yang ada.

Kemudian usaha Fotokopi yang ada dilingkungan IAIN Metro semuanya menerapkan Etika Bisnis Islam dalam menjalankan usaha dan persaingannya secara sehat. Strategi-strategi persaingan yang diterapkan semuanya tidak terlepas dari ketentuan Allah SWT, dengan menerapkan Prinsip Keesaan (*Tauhid*), Prinsip Keseimbangan (Keadilan), Prinsip Kehendak Bebas, Prinsip Tanggung Jawab, Prinsip Kejujuran dan Kebenaran, serta Prinsip Kebijakan. Sedangkan untuk persaingan yang dilakukan lebih terfokus kepada Prinsip Kehendak Bebas yang mana, kebebasan mereka dalam menjalankan persaingan dengan menentukan harga, pelayanan dan kualitas yang ditetapkan sesuai kemampuan masing-masing usaha.

B. Saran

Berdasarkan uraian pembahasan di atas, dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Untuk seluruh usaha Fotokopi yang ada dilingkungan IAIN Metro diharapkan terus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan memberikan kualitas jasa yang bagus agar konsumen puas.
2. Untuk konsumen, pilihlah usaha Fotokopi yang menerapkan tanggung jawab serta kejujuran dalam menjalankan usahanya, agar tidak membuat kecewa dan harga hasil yang diberikan oleh usaha Fotokopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Amin, Ahmad *Etika (Ilmu Akhlak)*. Jakarta: Bulan Bintang, 1995.
- Andini dan Aditya. *kamus besar bahasa Indonesia*. Surabaya: Prima Media, 2002.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Beekun, Rafiq Issa. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Departemen Agama RI. *Al- Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: Karya Agung.
- Dewi, Gemala. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press, 2007).
- Ernawan, Erni R. *Business Ethics*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PTRineka Cipta, 2011.
- Haming, Murdifin dan Mahfud Nurnajamuddin. *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur Dan Jasa*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Hofifah, Siti. "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam", *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. Vol 3 No 22020.
- Ibrahim, Yacob. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2021.
- Juliyani, Erly. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* "Jurnal Ummul Quran", Vol.11, No.12016.
- Keraf, Sonny A. *Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius, 1998.

- Kurniawan, Hendik Agus. "Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam". Skripsi, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021.
- Landika, Sri. "Perilaku Persaingan Usaha Dan Etika Bisnis Islam Pada Pengusaha".
- Lenaini, Ika. "Jurnal Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball".
- Linarwati dkk, Mega. "Studi Deskriptif Pelatihan Dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus", *Journal of Management*, Vol.2 No.2 Maret 2016.
- Majid, Abdul. "Pengaruh Persaingan Usaha Dan Etika Bisnis Islam Terhadap".
- Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Mudjiarto dan Alias Wahid. *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Muhammad, *Paradigma Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Muhammad. *Aspek Hukum dalam Muamalat*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- Muslim Di Sungai Kambang Kota Jambi". Skripsi, Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021.
- Perilaku Pengusaha Rumah Makan Padang". Skripsi, Jambi: Universitas
- Pratiwi Nuning Indah. "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi", *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol. 1, No. 2 Agustus 2017.
- Rahman, Supandi. "Bisnis Dalam Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Sultan Amai Gorontalo*, Vol. 1, Nomor 1, April 2020.
- Rianti, "Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada", *Journal of Economics and Business Research*, Vol. 01. 1 No. 1, Januari-Juni 2021.
- Rosaliza, Mita. "Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif", *Jurnal Ilmu Budaya*, Vol.11, No.2 Februari 2015.
- Salam, Buranuddin. *Etika Sosial Atas Moral Dalam Kehidupan Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Sampling". *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*".
Vol. 6, No. 1 Juni 2021.

Sucipto, Agus. *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*. Malang:
Maliki Press, 2011.

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
2012.

Sutojo, Siswanto. *Studi Kelayakan Proyek Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Pustaka
Binaman Pressindo, 1996.

Syafe'i, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2001.

Yaqub, Hamzah. *Etika Bisnis*. Bandung: CV. Diponegoro, 2003.

Yusanto, Muhammad Ismail dan M. Karebet W. *Menggagas Bisnis Islam Gema
Insani*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

Zulfajri, Em dan Ratu Aprlia Senja. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*.
Jakarta: Difa Publisier, 2007.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Nomor : B-0986/In.28.1/J/TL.00/04/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Siti Zulaikha (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **MAMLUATUN ZUHROH**
NPM : 1804042007
Semester : 10 (Sepuluh)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syaria'ah
Judul : **PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN METRO
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 03 April 2023
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana
NIP 198906022020121011

**PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN
METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

PERSETUJUAN

PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINALITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I. PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II. LANDASAN TEORI

- A. Konsep Persaingan
 - 1. Pengertian Persaingan
 - 2. Aspek-Aspek Persaingan
 - 3. Faktor-Faktor Persaingan
 - 4. Macam Macam Persaingan
 - B. Bisnis dalam Islam
 - 1. Pengertian Bisnis
 - 2. Jenis-jenis Bisnis
 - 3. Bisnis yang boleh dan tidak boleh
-

C. Konsep Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam
2. Dasar Hukum Bisnis Islam
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam
4. Tujuan Etika Bisnis Islam
5. Fungsi Etika Bisnis Islam
6. Sumber Etika Bisnis Islam

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Sampling Dan Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Lokasi Penelitian
- B. Profil Usaha Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro
- C. Analisis Persaingan Usaha Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro Perspektif Etika Bisnis Islam

BAB V. PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Pembimbing


Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Metro, 4 Maret 2023

Peneliti


Mamluatun Zuhroh
NPM.1804042007

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN
METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

A. Interview (wawancara)

1. Wawancara Dengan Pemilik dan Karyawan Usaha Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro

- a) Strategi apa yang diterapkan dalam usaha Fotokopi untuk dapat menarik konsumen?
- b) Pelayanan apa saja yang diberikan kepada konsumen?
- c) Bagaimana penentuan harga jasa fotokopi anda?
- d) Bagaimana sikap anda terhadap usaha fotokopi lain?
- e) Bagaimana kondisi tempat usaha fotokopi disini?
- f) Bagaimana kualitas jasa fotokopi yang ditawarkan?

2. Wawancara Dengan Konsumen

- a) Bagaimana pelayanan yang ada di fotokopi ini?
- b) Apakah harga yang ditetapkan disini terjangkau?
- c) Apa saja yang menjadi tolak ukur untuk memilih jasa fotokopi?
- d) Apakah jasa fotokopi yang anda tuju berganti-ganti? Apa alasannya?

B. Pedoman Dokumentasi

1. Buku, Jurnal Yang Berkaitan Dengan Penelitian.

Metro, Maret 2023

Pembimbing


Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Peneliti


Mamluatun Zuhroh
NPM.1804042007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1077/In.28/D.1/TL.00/04/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pemilik Usaha Fotokopi Di
Lingkungan IAIN Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1078/In.28/D.1/TL.01/04/2023,
tanggal 10 April 2023 atas nama saudara:

Nama : **MAMLUATUN ZUHROH**
NPM : 1804042007
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syaria`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 10 April 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1078/ln.28/D.1/TL.01/04/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **MAMLUATUN ZUHROH**
NPM : 1804042007
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 10 April 2023

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1078/In.28/D.1/TL.01/04/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **MAMLUATUN ZUHROH**
NPM : 1804042007
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syariah

Untuk : 1. Mengadakan observasi/survey di Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM".

2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 10 April 2023

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1078/In.28/D.1/TL.01/04/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **MAMLUATUN ZUHROH**
NPM : 1804042007
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syaria`h

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

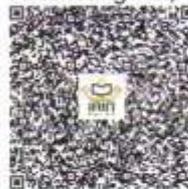
Mengetahui,
Pejabat Setempat



Rohim

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 10 April 2023

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1078/In.28/D.1/TL.01/04/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **MAMLUATUN ZUHROH**
NPM : 1804042007
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Hendra

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 10 April 2023

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1078/In.28/D.1/TL.01/04/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

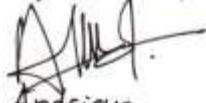
Nama : **MAMLUATUN ZUHROH**
NPM : 1804042007
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSAINGAN USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN IAIN METRO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 10 April 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Andrian

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-854/In.28/S/U.1/OT.01/06/2023**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Mamluaton Zuhroh
NPM : 1804042007
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1804042007

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 15 Juni 2023
Kepala Perpustakaan



As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Mamluatun Zuhroh**
NPM : 1804042007

Fakultas / Jurusan: FEBI/ Ekonomi Syariah
Semester / TA : X / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	6/23 /6	Memperbaiki nya coba lama! - perbaiki kean peagehan; bnyak leusng ment! - Analisis poluit di synt atau Nadis - lengkapi urur' - ya	
	12/23 /6	ACC bab IV - V lengkapi urur' - ya	
	16/23 /6	ACC di monevosalhan di synt bnyak di ferti	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mamluatun Zuhroh
NPM. 1804042007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47298; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Mamluatun Zuhroh**
NPM : 1804042007

Fakultas / Jurusan: FEBI/ ESY
Semester / TA : X / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<p>perspektif etika bisnis. (kapan baru ini → analisis. fokuskan juga yg di walaah persmitgan di etika yg mana? → ini yg di analisis melalui. etc. jk pada kehadah belah → apa implikasi dari ini. mengenai persmitgan kuda dst yg relevan.</p>	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mamluatun Zuhroh
NPM. 1804042007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Mamiuatun Zuhroh** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 1804042007 Semester / TA : IX / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	14/3 '23	acc bab 1-3 outline dan App Lanjutan penelitian dan revisi	
	31/5 '23	hal 48 → analisis yg c.1 Itu bukan analisis tapi laporan penelitian, maka sertakan saji dg profil. Kendaraan di museum nung pelas pada perunggu "perga" mesukun Suiyat kan di arsitektur pada rupa dan kandi efik Cicibuyur. →	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mamiuatun Zuhroh
NPM. 1804042007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Mamluatun Zubroh**
NPM : 1804042007

Fakultas / Jurusan: FEBI/ ESY
Semester / TA : X / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Mei 2023	<p>LSM → perilaku sesuai wawancara para pembuat surat sajian, melain LSM sampai meeting!</p> <p>CR → LSM juga fokus di harga dan pemasaran yang pas-pasitif etika → corak ada apa di implementasi etika.</p> <p>Bab II → misal reformasi. jika misalkan agent/koris hrs di ambil dan lebih fokus/nyasar baru di tulis ppt pasar/ulama.</p> <p>Bab III → hrs dar apa melain baru 10 korumen di jelaskan di bagian mana?</p>	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mamluatun Zubroh
NPM. 1804042007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47298; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Mamiuatun Zuhroh** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 1804042007 Semester / TA : IX / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	7/12	ini bimbingan apa ? diika pasca seminar, siapkan jika di luar outline dan APD.	
	31/123 /1	berikan outline dan APD seperti Bab I - III selaras outline	
	23/23 /2	- outline bab II → disuruh dg apa yg ada di bab → buku lit, misi, struktur (in: mon) profil), sub berikutnya terkait usaha - APD → program yg masuk ke kajian/bahasan dan da. - LBM di kelas ulang → karena belum muncul dgn persis tanya yg muncul di kaji	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mamiuatun Zuhroh
NPM. 1804042007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47296, website: www.metrouniv.ac.id, E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Mamluatun Zuhroh
NPM : 1804042007

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : IX / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	5/22 /10	Bab 3 masih belum finished di suite. - Informasi itu post di sudut suite printer. Tidak cukup di bagian panelis hrs + karyawan dan konsumen. menentukan format hrs dan metode. Dan format usg = anda fotokopi. Pribadi Sni Metapan.	
	olehan 2022	acc proposal di lingkungan keagamaan usg = yg. TID di kembalikan semua.	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mamluatun Zuhroh
NPM. 1804042007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, faksimili (0725)47296; website: www.syanah.metroiain.ac.id, E-mail: syanah.iain@metroiain.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Mamluatun Zuhroh** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 1804042007 Semester / TA : IX / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/12/23	<p>Perkembangan penggunaan hura-hura yang pakai Capital Data tidak!</p> <ul style="list-style-type: none">- Manti pertanya penelitian?- Perkuatikan cara penulisan penelitian relevan- menguatkan sumber data primer hrs ada teori yang digunakan, bukan main aja penulis. Matri hrs ada footnote. Karena tidak menggunakan metode penelitian maka tulisannya di LBM dan 10 sample di sumber data primer 5, lalu di wawancara 3 → ini jadi sudah kaprah!	

Dosen Pembimbing Amaliah Komu Mahasiswa Ybs.

Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mamluatun Zuhroh
NPM. 1804042007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47296, website www.syariah.metrouniv.ac.id, E-mail syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Mamluatun Zuhroh** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 1804042007 Semester / TA : IX / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	8/22/8	lengkapi LBM → buat keora ▽ → umu dulu baru mngurut. Daba dan bap foto lupi dan persinyan sdh tngkat di USTH.	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mamluatun Zuhroh
NPM. 1804042007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725)47296, website: www.syahiah.metroiniv.ac.id, E-mail: syahiah.iaim@metroiniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Mamluatun Zuhroh** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 1804042007 Semester / TA : IX / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	2/9	Dalam UBM juga bicara fase penelitian dulu. sp persis sbg mesultra. uppl, baka, tparaya de. kan bna dan diteliti "ada apa dg psmingai" ini sbg di gambarkan. - Bab 2 → survey refren - Bab 3 → tdel piler supt du populasi → /gg ga suabr data < prior khdn.	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mamluatun Zuhroh
NPM. 1804042007

FOTO DOKUMENTASI

Foto Wawancara Dengan Para Pengusaha Fotokopi di Lingkungan IAIN Metro

- a. Wawancara Dengan Pemilik Fotokopi Mbak Merry pada tanggal 01 Juli 2022



- b. Wawancara dengan Pemilik Fotokopi Alvana pada tanggal 04 Juli 2022



c. Wawancara dengan Pemilik Fotokopi Ganessa pada tanggal 01 Juli 2022



d. Wawancara dengan Pemilik Fotokopi Joe Sandi pada tanggal 05 Juli 2022



e. Wawancara dengan Pemilik Fotokopi Rohim pada tanggal 05 Juli 2022



Foto Wawancara Dengan Para Konsumen Fotokopi di Lingkungan IAIN Metro

a. Wawancara dengan Konsumen Fotokopi Mbak Merry pada tanggal 28 Maret 2023

- Konsumen 1



- Konsumen 2



b. Wawancara dengan Konsumen Fotokopi Alvana pada tanggal 04 Juli 2022

- Konsumen 1



- Konsumen 2



c. Wawancara dengan Konsumen Fotokopi Ganessa pada tanggal 29 Maret 2023

- Konsumen 1



- Konsumen 2



d. Wawancara dengan Konsumen Fotokopi Joe Sandi pada tanggal 01 November 2022

- Konsumen 1



- Konsumen 2



e. Wawancara dengan Konsumen Fotokopi Rohim pada tanggal 30 Maret 2023

- Konsumen 1



- Konsumen 2



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Mamluatun Zuhroh, atau akrab disapa Lulu, lahir di Bumiharjo 08 Oktober 1999. Peneliti merupakan anak tunggal dari Bapak Sudarto dan Ibu Ngada Wia. Menempuh pendidikan di SDN 01Bumiharjo pada tahun 2006-2012, kemudian melanjutkan ke Mts Darul A'mal Mulyojati 16B Metro tahun 2012-2015, lalu melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi lagi yaitu MA Darul A'mal Mulyojati 16B tahun 2015.

Setelah lulus pada tahun 2018 peneliti melanjutkan studi sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) S1 Pendidikan Ekonomi Syariah (ESY) di Institut Agama Islam Negeri Metro (IAIN) Metro. Alhamdulillah dengan restu dari Allah, doa dari kedua orang tua, serta dukungan dari teman-teman membuat peneliti bisa menyelesaikan Skripsi yang berjudul: "Persaingan Usaha Fotokopi Di Lingkungan IAIN Metro Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam" pada tahun 2023.