

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### A. Pengaruh Persaingan Usaha terhadap Perilaku Pengusaha Muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo

Dalam penelitian ini hasil uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  persaingan usaha ( $X_1$ ) yaitu  $3,401 \geq 2,006$  dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal tersebut berarti bahwa ada pengaruh secara signifikan persaingan usaha ( $X_1$ ) terhadap perilaku pengusaha muslim ( $Y$ ) di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

Dalam dunia bisnis persaingan kerap kali terjadi dan tidak dapat dihindari, namun kembali pada individunya masing-masing bagaimana perilaku dalam menghadapi persaingan usaha tersebut. Sebagai pengusaha muslim memang sudah seharusnya dalam kegiatan bisnisnya tetap bersandar pada agama yang merupakan keyakinan mereka sehingga dalam prakteknya bisa lebih berhati-hati dan tidak sampai melanggar aturan agama, meskipun dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat.

Persaingan usaha dalam bisnis dapat membawa pengaruh positif ataupun negatif tergantung dari perilaku pengusaha. Pengaruh positif jika terjadi persaingan usaha yaitu pengusaha akan lebih termotivasi dan mengembangkan potensi diri dalam menghadapi bentuk-bentuk persaingan, dan berlomba-lomba untuk memperluas pangsa pasar dengan

tidak semata-mata diarahkan untuk mengalahkan pesaing.<sup>1</sup> Misalnya dengan menjual barang yang mutunya baik, menawarkan barang dengan harga pasaran, melakukan promosi akan barang yang dijual, memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen, atau dapat menambah jaringan kerja yakni bekerjasama dengan pengusaha lain. Sedangkan untuk pengaruh negatifnya tak jarang masih saja ditemukan pengusaha yang berlaku curang karena adanya pesaing baru, misalnya dengan menurunkan harga dibawah pasaran untuk merebut konsumen pengusaha lain.

Persaingan usaha yang terjadi di Desa Kureksari Waru Sidoarjo ini sebagaimana uji t, terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengusaha muslim di desa tersebut. Dalam artian perilaku pengusaha muslim meskipun terjadi persaingan usaha mereka tetap menjalankan persaingan secara sehat, saling menghargai satu sama lain tanpa ada yang mejatuhkan dan tidak berlaku curang dalam berbisnis. Selain itu mereka juga tidak lupa akan agama yang dijadikan pedoman dalam berbisnis agar tidak keluar dari aturan Islam. Jadi dapat disimpulkan bahwa persaingan usaha yang terjadi di Desa Kureksari Waru Sidoarjo ini dalam keadaan beriklim sehat. Semakin ketat persaingan usaha yang terjadi, perilaku pengusaha muslim di desa ini tetap konsisten dengan tidak melakukan hal yang anarkis dan tidak melanggar aturan agama.

---

<sup>1</sup> Muhammad Saman, *Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Islam)*, Skripsi, 19.

## **B. Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pengusaha Muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo**

Dalam penelitian ini hasil uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  etika bisnis Islam ( $X_2$ ) yaitu  $2,412 \geq 2,006$  dan nilai signifikansi 0,020 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal tersebut berarti bahwa ada pengaruh secara signifikan etika bisnis Islam ( $X_2$ ) terhadap perilaku pengusaha muslim ( $Y$ ) di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

Dalam kegiatan ekonomi ada sebuah etika yang menjadi rujukan seseorang dalam menjalankan bisnisnya agar tidak keluar dari norma-norma Islam. Namun hal tersebut tidak lepas dari pemahaman individu akan adanya etika bisnis dalam Islam. Jika dalam bisnis pengusaha memahami akan etika bisnis Islam, maka dalam prakteknya perilaku mereka pasti positif atau tidak melanggar etika. Dan sebaliknya jika pengusaha tersebut tidak memahami atau memahami tetapi tidak menjalankan dalam bisnis maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi penjejalan antarpengusaha, yang akibatnya juga akan merugikan konsumen dan pada akhirnya menurunkan usaha yang sedang dijalankan.

Sebagai pengusaha memang sudah seharusnya mengetahui dan memahami akan etika bisnis Islam, sehingga dalam berperilaku ada batas-batasan yang tidak sampai melanggar etika bisnis Islam, sebagaimana aksioma dasar etika bisnis dalam Islam yang menjadi aturan umum dalam

berbisnis, yaitu: tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, bertanggungjawab, dan kebenaran.<sup>2</sup>

Pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo ini dilihat dari segi etika bisnis Islam sebagaimana uji t bahwa  $H_1$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan etika bisnis Islam ( $X_2$ ) terhadap perilaku pengusaha muslim (Y). Hal ini dapat disimpulkan bahwa pemahaman pengusaha muslim di desa tersebut akan adanya etika bisnis Islam dapat dikatakan membawa pengaruh positif terhadap perilaku pengusaha. Semakin tinggi tingkat pemahaman etika bisnis Islam maka perilaku pengusaha juga semakin tinggi atau positif sesuai dengan etika bisnis Islam. Namun hal itu tidak menjamin juga karena di era sekarang masih bisa kita temukan di tempat lain akan pelanggaran etika bisnis Islam, mereka faham tapi enggan untuk mempraktekannya dengan motif keuntungan yang diutamakan.

### **C. Pengaruh secara Bersama-sama Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pengusaha Muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo**

Hasil penelitian ini pada uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  sebesar  $23,013 \geq 3,183$  dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yakni ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel persaingan usaha ( $X_1$ ) dan

---

<sup>2</sup> Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran: tentang Etika dan Bisnis*, 11.

etika bisnis Islam ( $X_2$ ) terhadap perilaku pengusaha muslim (Y) di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

Dalam dunia bisnis keberhasilan dan kegagalan dalam berbisnis terkait dengan kemampuan, modal, dan kesempatan yang diperoleh dari pebisnis atau pengusaha. Untung atau rugi merupakan sesuatu yang harus dihadapi dan berbagai resiko pasti terjadi atas usaha yang telah dijalankan.

Dengan semakin banyaknya konsumen yang membutuhkan akan suatu barang yang beragam, maka semakin memperluas pula pasar dengan munculnya pengusaha-pengusaha baru. Selain itu tuntutan ekonomi juga menjadi faktor bagi seseorang untuk berwirausaha karena di jaman sekarang tidak mudah untuk mencari pekerjaan berdasarkan ucapan beberapa responden, tetapi juga harus punya modal untuk berwirausaha dan tidak sekedar modal dengkul saja.

Jumlah pengusaha semakin banyak maka akan disusul dengan adanya persaingan dalam berusaha, yang dimaksud persaingan usaha adalah suatu kegiatan bersaing/bertanding di antara pengusaha yang satu dengan pengusaha lainnya di dalam memenangkan pangsa pasar/*share market*, dalam upaya melakukan, menawarkan produk barang dan jasa kepada konsumen dengan strategi pemasaran yang diterapkan.<sup>3</sup>

Dalam berwirausaha memang seorang pengusaha tidak bisa menghindari persaingan yang terjadi antarpengusaha, tetapi kembali lagi

---

<sup>3</sup> B.N Maribun, *Kamus Manajemen*, 276.

pada perilaku atau sikap mereka masing-masing dalam menghadapi persaingan. Apakah mereka beranggapan pesaing adalah lawan sehingga menciptakan persaingan yang tidak sehat, atau mereka menganggap pesaing bukan lawan sehingga persaingan yang terjadi secara sehat tanpa ada tindakan anarkis, penipuan, dan saling curang. .

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang memfokuskan pada pengusaha muslim yang ada di Desa Kureksari Waru Sidoarjo. Sebagai pengusaha muslim yang beragama Islam dalam menghadapi persaingan usaha itu, jika pengusaha muslim itu juga menyertakan agama yang merupakan keyakinan mereka dan mempunyai aturan-aturan di dalamnya, maka memang seharusnya dalam praktek bisnisnya mereka menciptakan persaingan usaha yang sehat agar saling menguntungkan satu sama lain dan terlebih akan terjalin hubungan yang baik antarpengusaha.

Setiap orang yang beragama Islam haruslah menjalankan apa yang diperbolehkan dan menghindari apa yang dilarang oleh Allah. Jangan sekali-kali mempermainkan agama terutama dalam kegiatan berbisnis yang rentan sekali pelaku bisnis mengesampingkan agamanya. Selain itu ada etika tersendiri dalam bisnis yang mengatur segala tindakan baik dan buruk, benar dan salah berdasarkan prinsip moralitas dan juga Al-Quran dan Hadits yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw.<sup>4</sup> Hal ini perlu adanya pemahaman dari para pelaku bisnis atau pengusaha agar mereka

---

<sup>4</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 37.

tidak melanggar etika bisnis Islam, meskipun di dunia seakan tidak ada balasan, tetapi Allah SWT mengetahui segala apa yang kita lakukan dan kita akan mempertanggungjawabkan di akhirat kelak atas apa yang sudah kita perbuat di dunia.

Persaingan usaha dan etika bisnis Islam dapat berjalan beriringan atau bersama-sama mempengaruhi setiap perilaku pengusaha. Dalam artian jika persaingan usaha yang terjadi adalah persaingan usaha secara sehat, itu berarti mereka juga melaksanakan etika bisnis Islam sehingga perilaku mereka tetap konsisten dengan tidak mengesampingkan agama dalam menjalankan bisnisnya. Hal tersebut berlaku juga di Desa Kureksari Waru Sidoarjo, pengusaha muslim yang ada di desa ini semakin tahun semakin meningkat yang memicu adanya persaingan usaha, tetapi mereka bersaing secara sehat dan menerapkan pemahaman mereka akan etika bisnis Islam dalam praktek bisnisnya, dengan tetap menjadikan agama sebagai panduan dalam berbisnis, serta tidak menjadikan agama sekedar status keagamaan belaka.

#### **D. Pengaruh Lebih Dominan antara Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pengusaha Muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo**

Hasil penelitian pada uji koefisien beta menunjukkan bahwa nilai koefisien beta persaingan usaha ( $X_1$ ) lebih besar dari nilai koefisien beta etika bisnis Islam ( $X_2$ ) yaitu sebesar  $0,445 \geq 0,315$  dan nilai signifikansinya 0,001 lebih kecil dari 0,020 yang artinya bahwa variabel

persaingan usaha ( $X_1$ ) memiliki pengaruh lebih dominan terhadap perilaku pengusaha muslim ( $Y$ ) di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

Istilah persaingan dalam berbisnis sudah tidak asing lagi didengar oleh pengusaha-pengusaha dan hal itu menjadi tantangan mereka dalam berwirausaha. Namun tergantung pada perilaku mereka, terutama bagi pengusaha muslim, janganlah sampai berbisnis dengan bersaing secara yang tidak sehat, seperti berperilaku tidak semestinya terhadap pengusaha lain yang menjadi pesaingnya dengan menjatuhkan harga dari pasaran, menjelek-jelekkkan produk yang dijual pengusaha lain, dan masih banyak contoh lainnya. Untuk itu masih banyak cara yang bisa dilakukan pengusaha dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, yaitu dengan hal-hal yang positif, salah satu contohnya dengan melakukan inovasi terhadap barang yang diproduksi, sehingga konsumen akan dengan sendirinya minat untuk membeli barang yang diperjualbelikan.

Sedangkan untuk etika bisnis Islam, membawa pengaruh pada perilaku pengusaha yang dapat diukur dari seberapa besar pemahaman mereka akan adanya etika bisnis Islam. Dalam hal ini peneliti menggunakan 5 indikator pada aksioma dasar etika bisnis Islam, yaitu: tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebenaran. Dari aksioma dasar etika bisnis Islam tersebut, jika pengusaha muslim menjawab item pernyataan pada kuesioner dengan jawaban yang



mencerminkan mereka faham akan etika bisnis Islam dan berarti mereka telah mempraktekkan dalam kegiatan bisnisnya sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian dari kedua variabel bebas di atas antara persaingan usaha ( $X_1$ ) dan etika bisnis Islam ( $X_2$ ), yang pengaruhnya lebih dominan terhadap perilaku pengusaha muslim ( $Y$ ) di Desa Kureksari Waru Sidoarjo adalah variabel bebas yang pertama, yaitu persaingan usaha ( $X_1$ ) yang mana variabel tersebut dapat dikatakan memang terjadi cukup ketat di desa ini, dengan semakin banyak jumlah penduduk dan sektor ekonomi yang menjadi tuntutan mereka untuk berwirausaha, sehingga semakin bertambah pula jumlah pengusaha setiap tahunnya. Hal itu terbukti dengan berbagai macam jenis usaha yang diambil peneliti untuk dijadikan sampel, mulai dari usaha yang besar, usaha menengah, hingga usaha kecil.

Para pelaku usaha atau pengusaha pada setiap jenis usaha memiliki pesaing masing-masing dengan jenis usaha yang sama. Oleh karena itu pengusaha harus memiliki daya saing yang kuat diantaranya daya saing kualitas, daya saing harga, daya saing marketing, dan daya saing jaringan kerja.<sup>5</sup> Dengan daya saing itu ditunjukkan agar pengusaha dapat tetap bertahan dalam dunia bisnis dan tidak tergoyahkan dengan munculnya pengusaha pengusaha baru.

---

<sup>5</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah dalam Praktek*, 44.

Daya saing tersebut bukan berarti memperbolehkan pengusaha untuk berbuat sesuka hatinya, namun mereka menguatkan daya saingnya dengan tidak melakukan hal yang negatif atau bahkan sampai mematikan usaha pengusaha lain, tetapi yang dijalankan pengusaha muslim di desa ini juga mengedepankan agamanya dalam berbisnis, mereka berdaya saing tapi tetap dalam batasan aturan agama, dengan mempraktekkan persaingan usaha yang secara sehat. Selain itu tujuan mereka berwirausaha bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga untuk mendapatkan rezeki yang halal dengan praktek bisnis yang tak bertentangan dengan agama meski dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat.