

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman modern ini, persaingan antara pengusaha dianggap sebagai persoalan yang umum dan merupakan suatu hubungan yang tidak dapat dielakkan. Persaingan dalam kegiatan usaha senafas dengan kegiatan itu sendiri. Pada prinsipnya setiap orang berhak menjual atau membeli barang atau jasa “apa”, “dengan siapa”, “berapa banyak”, serta “bagaimana cara” produksi. Sejalan dengan itu, perilaku dan struktur pasar terkadang tidak dapat diprediksi, sehingga tidak jarang pelaku usaha menimbulkan kecurangan, pembatasan yang menyebabkan sebagian atau beberapa pelaku usaha merugi bahkan mati.¹

Di Indonesia, keinginan dan kesungguhan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat telah diupayakan dengan membuat suatu produk perundang-undangan tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yakni Undang-undang RI No.5 tahun 1999 yang mulai diberlakukan sejak tanggal 5 September 2000. UU ini merupakan hasil dari proses reformasi ekonomi dan politik yang diharapkan mampu menciptakan persaingan usaha yang sehat.²

¹ Mustofa Kamar Rokan, *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktek di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Press, 2012), 1.

² Gelhom dan Gunawan Wijaya, *Seri Hukum Bisnis: Merger dalam Perspektif Monopoli* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 7.

Persaingan usaha sehat dalam Islam memang sangat dianjurkan. Hal itu terbukti dengan bagaimana cara-cara Rasulullah saw. berdagang di Syam, dengan sifat jujur dalam menjalankan usaha perdagangan, sehingga dari sanalah akhirnya Islam menilai berdagang ataupun persaingan usaha tersebut bernilai ibadah. Rasulullah saw. memberikan apresiasi dalam persaingan usaha dengan membentuk aturan, kaidah ataupun batasan yang harus diperhatikan dalam dunia bisnis. Diantaranya nilai-nilai yang penting adalah sifat “kasih sayang” yang telah dijadikan Allah sebagai “*trade mark*” risalah Muhammad saw.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

Artinya: “Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.” (QS. Al-Anbiyā’:107)³

Pedoman persaingan usaha di atas tentunya harus dipegang teguh oleh para pengusaha terutama para pengusaha muslim yang sudah banyak mengetahui seluk beluk Rasulullah saw.

Ada sebuah etika Islam yang menjadi rujukan manusia dalam beraktifitas, khususnya aktifitas ekonomi agar segala yang dilakukan tidak keluar dari norma-norma Islam. Etika itu menyebutkan bahwa segala perbuatan hendaknya diniatkan (motif) karena Allah, diniatkan

³ Departemen Agama RI, *Syaamil Quran: Al-Quran dan Terjemah* (Bandung: Sigma Aksa Media, 2009), 331.

dengan cara-cara Allah (yang halal lagi baik), dan ditujukan hanya untuk Allah (tidak lepas dari unsur ibadah yaitu mencari ridha Allah).

Indonesia sebagai salah satu negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, seharusnya menerapkan aturan-aturan Islam dalam usahanya, baik usaha itu untuk persaingan usaha dalam negeri maupun luar negeri. Tidaklah salah setelah penerapan aturan tersebut Indonesia akan dikenal dalam peraturan perekonomian internasional sebagai negara yang persaingan usahanya beriklim sehat.

Sidoarjo sebagai salah satu wilayah di Indonesia merupakan contoh wilayah penduduk Muslim yang memiliki aneka ragam industri, mulai dari perusahaan besar, perusahaan kecil, usaha keluarga dan usaha pribadi. Usaha-usaha ini tersebar di beberapa wilayah di Sidoarjo, salah satu wilayah yaitu Desa Kureksari Waru Sidoarjo. Desa Kureksari adalah desa yang banyak didatangi para pelancong dari luar Sidoarjo dan akhirnya menetap serta mendirikan usaha di desa tersebut. Usaha-usaha yang didirikan merupakan usaha pribadi, sehingga bentuk susunan kepengurusannya pun berbentuk sederhana antara pegawai dan pemilik saja.

Dalam suatu perekonomian yang kompleks saat ini, pengusaha Desa Kureksari Waru Sidoarjo harus menghadapi tantangan dan resiko tenaga kerja, material, modal dan manajemen secara baik sebelum memasarkan suatu produk. Oleh karena itu pengusaha harus mempunyai

daya saing agar usaha yang dijalankan tetap berjalan dan tak tergoyahkan dengan pengusaha-pengusaha muslim yang baru. Tantangan dalam berwirausaha di Desa Kureksari dapat dikatakan cukup ketat, karena semakin hari semakin bertambah jumlah pengusaha muslim seiring bertambahnya jumlah penduduk, dan sektor ekonomi yang menuntut mereka untuk berwirausaha. Sebagai pengusaha muslim seharusnya tetap bersandar pada agama dalam menjalankan usaha, meskipun persaingan usaha tak bisa dihindari.

Persaingan usaha yang terjadi di desa ini memicu perilaku mereka dalam berbisnis, baik itu perilaku yang sesuai dengan agama ataupun tidak. Tak jarang ditemukan pengusaha muslim yang belum benar-benar mempraktekkan agama dalam bisnisnya. Salah satu contohnya yaitu perebutan pelanggan pengusaha lain dengan menjatuhkan harga barang yang diproduksi dari harga pasaran sehingga berdampak pada hubungan yang tidak baik antar pengusaha.

Dengan jumlah penduduk 15.000an orang dan dari jumlah itu 98%nya adalah penduduk muslim maka seharusnya penerapan dalam usaha harus sesuai dengan etika bisnis Islam. Namun dalam kenyataannya etika tersebut banyak dikesampingkan. Berbagai isu sering tersebar tentang kenakalan atau kecurangan yang dilakukan pengusaha muslim di Desa Kureksari. Ada beberapa pengusaha sembako yang melakukan kecurangan pada timbangan, dengan mengkemas barang dagangannya

terlebih dahulu tanpa sepengetahuan konsumen yang timbangannya sudah dikurangi sebelumnya. Selain itu ada juga yang memberi beban pada alat yang digunakan untuk menimbang, sehingga berat barang yang dibeli berkurang dari jumlah timbangan seharusnya. Praktek dagang seperti ini akan mengurangi kepercayaan konsumen, sehingga enggan untuk membeli lagi ke penjual tersebut. Di zaman sekarang agama banyak dikesampingkan karena motif mencari keuntungan yang lebih diutamakan, sehingga segala cara dilakukan tanpa memperdulikan agama yang menjadi keyakinan mereka.

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi hanya pada permasalahan tentang ada tidaknya pengaruh persaingan usaha dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim, yang objeknya adalah pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

1. Adakah pengaruh persaingan usaha secara signifikan terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo?
2. Adakah pengaruh etika bisnis Islam secara signifikan terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo?
3. Adakah pengaruh secara bersama-sama persaingan usaha dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Sidoarjo?

4. Manakah yang lebih dominan pengaruhnya antara persaingan usaha dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh persaingan usaha terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh secara bersama sama persaingan usaha dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui manakah yang lebih dominan pengaruhnya antara persaingan usaha dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

- a. Bagi Para Pengusaha Muslim
 - Menambah wawasan tentang etika bisnis Islam
 - Diharapkan setelah mengetahui tentang etika bisnis Islam, maka pengusaha muslim akan bersikap *Istiqomah* dalam melakukan tindakan atau perilaku bisnis yang sesuai dengan etika Islam.

- Meningkatkan kegiatan keagamaannya, melaksanakan kerjasama yang saling menguntungkan dengan pihak lain serta menjunjung tinggi nilai dan norma agama.
- Terciptanya persaingan usaha yang sehat dengan menerapkan nilai-nilai etika Islam sehingga diperoleh keberkahan hidup dan kemenangan di akhirat kelak.

b. Bagi Penulis

- Menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis ada tidaknya pengaruh persaingan usaha dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim berdasarkan teori yang telah dipelajari
- Menambah khazanah keilmuan tentang ekonomi Islam khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

c. Bagi Pihak Lain

- Dapat dijadikan informasi tambahan bagi para pembaca untuk menambah referensi penelitian khususnya mengenai persaingan usaha dan etika bisnis Islam. Dan dapat dijadikan studi literatur untuk penelitian lebih lanjut bagi yang berminat.