

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Persaingan Usaha

a. Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga, iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar.¹

Dalam kamus manajemen persaingan bisnis terdiri dari:

- 1) Persaingan sehat (*healthy competition*), persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis.
- 2) Persaingan gorok leher (*cut throat competition*) persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau fair,

¹ B.N Maribun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), 276.

dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan, sehingga salah satu tersingkir dari pasar dan salah satunya menjual barang dibawah harga yang berlaku di pasar.

b. Tujuan yang Mendorong Persaingan Usaha

Persaingan merupakan kondisi real yang dihadapi setiap orang di masa sekarang. Kompetisi dan persaingan tersebut bila dihadapi secara positif atau negatif, bergantung pada sikap dan mental persepsi kita dalam memaknai persaingan tersebut. Hampir tiada hal yang tanpa kompetisi/persaingan, seperti halnya kompetisi dalam berprestasi, dunia usaha bahkan dalam proses belajar. Persaingan merupakan semacam upaya untuk mendukuki posisi yang lebih tinggi di dalam dunia usaha. Bila jumlah pesaing cukup banyak dan seimbang, persaingan akan tinggi sekali karena masing-masing perusahaan memiliki sumber daya yang relatif sama. Bila jumlah pesaing sama tetapi terdapat perbedaan sumber daya, maka terlihat sekali mana yang akan menjadi *market leader*, dan perusahaan mana yang merupakan pengikut.²

² Jopie Jusuf, *Analisis Kredit untuk Account Officer* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), 260.

Motivasi utama dalam kegiatan bisnis adalah laba yang didefinisikan sebagai perbedaan antara penghasilan dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Dalam kegiatan bisnis, mereka harus bisa menghadapi persaingan usaha yang lazim terjadi dalam dunia bisnis. Oleh karena itu diperlukan kekuatan-kekuatan atau daya saing sebagaimana disebutkan oleh Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, antara lain:³

- a) Daya saing produk-produk yang akan ditawarkan harus kualitasnya bisa bersaing dengan baik.
- b) Daya saing harga tidak mungkin memenangkan persaingan jika produk-produk yang dimiliki sangat mahal harganya.
- c) Daya saing marketing dunia marketing berbicara masalah pasarmaka hal yang terpenting adalah bagaimana menarik konsumen untuk membeli barang-barang yang telah diproduksi.
- d) Daya saing jaringan kerja (*networking*) suatu bisnis tidak akan memiliki daya saing dan akan kalah jika “bermain sendiri”, dalam hal ini bermakna tidak melakukan kerjasama, koordinasi dan sinergi dengan lembaga-lembaga bisnis lainnya di berbagai bidang.

³ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah dalam Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, Cet I, 2002), 44.

c. Dampak Positif Adanya Persaingan Usaha

Kompetisi merupakan persaingan yang merujuk kepada kata sifat siap bersaing dalam kondisi nyata dari setiap hal atau aktifitas yang dijalani. Ketika kita bersikap kompetitif maka berarti kita memiliki sikap siap serta berani bersaing dengan orang lain. Dalam arti yang positif dan optimis, kompetisi bisa diarahkan pada kesiapan dan kemampuan untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan kita sebagai umat manusia. Kompetisi seperti ini merupakan motivasi diri sekaligus faktor penggali dan pengembang potensi diri dalam menghadapi bentuk-bentuk kompetisi, sehingga kompetisi tidak semata-mata diarahkan untuk mendapatkan kemenangan dan mengalahkan lawan.⁴ Dengan memaknai kompetisi yang seperti itu, kita menganggap kompetitor lain sebagai patner (bukan lawan) yang memotivasi diri untuk meraih prestasi. Inilah bentuk kompetisi yang dilandasi sifat sehat dan tidak mengarah kepada timbulnya permusuhan atau konflik, sehingga membahayakan kelangsungan dan keharmonisan kehidupan kita.

Tuntunan dunia bisnis dan manajemen yang semakin tinggi dan keras mensyaratkan sikap dan pola kerja yang profesional. Persaingan yang semakin ketat juga seakan mengharuskan orang-

⁴ Muhammad Saman, *Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Islam)*, Skripsi (Jakarta: Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universits Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2010), 19.

orang bisnis untuk bersungguh-sungguh menjadi profesional bila mereka ingin sukses dalam profesinya. Persaingan dalam dunia bisnis mendorong pebisnis meningkatkan efisiensi dan kualitas produk untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain dan pelanggan merasa puas dengan produk tersebut. Selain itu persaingan usaha memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan kreatifitas sumber daya manusia untuk menggunakan sumber daya yang ada secara optimal dan menghasilkan barang-barang yang bernilai tinggi dengan harga yang kompetitif. Persaingan membantu pemerintah menanggulangi kemiskinan akibat krisis moneter yang melanda Indonesia sejak tahun 1997. Dengan bermunculan usaha-usaha baru diharapkan dapat menyerap tenaga kerja yang cukup banyak sehingga masyarakat memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

2. Etika Bisnis dalam Islam

a. Pengertian Etika Bisnis dalam Islam

Sebelum membahas tentang pengertian etika bisnis, terlebih dahulu akan dijelaskan tentang pengertian etika dan bisnis secara terpisah. Kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang dalam bentuk tunggal memiliki banyak arti yaitu adat, kebiasaan, akhlaq, watak, sikap, dan cara berfikir, dalam bentuk

jama' *taetha* artinya adat kebiasaan.⁵ Etika dalam bahasa Arab *al-khuluq*. *Khuluq* dari kata *khaluqa-khulūqan* yang berarti tabiat, busi pekerti, kebiasaan, kesatria, keprawiraan.⁶ Kita ketahui semakin maju peradaban dan kebudayaan manusia maka semakin banyak pula kreasi dan hasil daya cipta manusia dalam berbagai bentuk kreasi. Daya cipta itu dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan manusia baik lahir maupun batin. Maka diciptakannya beberapa faktor produksi seperti mesin, bahan baku, dan sebagainya. Di sisi lain ada pihak yang menikmati hasil karya cipta barang tersebut yang disebut konsumen, pengguna, atau pemakai. Selanjutnya terjadilah proses saling memenuhi kebutuhan disebut perdagangan, perniagaan, atau bisnis.⁷

Kata bisnis dalam Al-Quran yang digunakan *al-ijārah*, *al-bay'*, *taḍāyantum*, dan *ishtarā*. Tetapi sering kali kata yang digunakan adalah dalam bahasa arab *al-tijārah*, berasal dari kata dasar *tajara*, *tajran wa tijāratan* yang bermakna berdagang. Menurut Ar-Raghin Al-Asfahani dalam *al-mufradat fī gharīb al-qura'*, *at-tijārah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan.⁸

⁵ K. Bertens, *Etika* (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, Cet ke-3, 1997), 14.

⁶ Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran: tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 37.

⁷ Pamoentj ak, K.ST dan Ichsan, *Seluk-Beluk dan Teknik Perniagaan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), 2.

⁸ Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran: tentang Etika dan Bisnis*, 130.

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

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا

فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.” (QS. Al-Baqarah: 188)⁹

Dari uraian diatas, dapatlah kita mendefinisikan etika bisnis Islam sebagai seperangkat nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas dan juga Al-Quran dan Hadits yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw.¹⁰ Adapun menurut Prof. Dr. Amin Suman SH, MM, yang dimaksud etika bisnis Islam adalah konsep tentang usaha ekonomi perdagangan dari sudut pandang

⁹ Departemen Agama RI, *Syaamil Quran*, 29.

¹⁰ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), 37.

baik dan buruk serta benar dan salah menurut standar akhlaq Islam.¹¹

b. Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam

Pandangan yang padu, seimbang, dan realistis mengenai alam manusia dan peran sosialnya yang khas Islami, dapat diikhtisarkan dengan tepat oleh aksioma etika bisnis Islam, sebagai berikut:¹²

1) Tauhid (*kesatuan/unity*)

Prinsip ini merupakan prinsip pokok dari segala sesuatu, karena di dalamnya terkandung perpaduan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan lain sebagainya menjadi satu (*homogeneous whole*). Maka Islam kemudian menawarkan keterpaduan antara agama sebagai perwujudan dari sikap taat hamba kepada Sang Pencipta.

2) Keseimbangan (*keadilan/equilibrium*)

Prinsip yang kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Prinsip keseimbangan (*equilibrium*) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar yang harus dipegang oleh siapapun.

¹¹ Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam* (Jakarta: Kholam Publishing, Cet ke-1, 2008), 31.

¹² Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran: tentang Etika dan Bisnis*, 11.

3) Kehendak bebas (*free will*)

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku manakala terjadi persaingan bebas dapat terjadi secara efektif, hal ini dimungkinkan terjadi manakala tidak ada intervensi bagi pasar dari pihak manapun, tak terkecuali oleh pemerintah.

Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan di muka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah semata.

4) Pertanggungjawaban (*responsibility*)

Dan untuk memenuhi segala bentuk kesatuan dan juga keadilan, maka manusia harus bertanggungjawab atas semua perilaku yang telah diperbuatnya. Dan dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia

bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual-beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya.

5) Kebenaran (kebajikan dan kejujuran)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan dengan niat, sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba). Kebajikan adalah sikap ihsan (*benevolence*) yang merupakan tindakan yang memberikan keuntungan bagi orang lain. Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Sikap ini dalam khazanah Islam dapat dimaknai dengan amanah.

c. Fungsi Etika Bisnis Islam¹³

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami, yaitu:

¹³ Johan Arifin, *Fiqih Perlindungan Konsumen* (Semarang: Rasail Semarang, 2007), 76.

- 1) Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- 2) Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
- 3) Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini 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.

3. Perilaku Pengusaha Muslim

a. Konsep Perilaku Pengusaha

Perilaku adalah tindakan atau aktifitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas meliputi semua kegiatan atau aktifitas manusia baik yang diamati langsung

maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar.¹⁴ Sedangkan pengusaha yang biasa disebut wirausaha adalah berasal dari dua kata yaitu wira yang artinya pahlawan, dan usaha yang artinya melakukan kegiatan ekonomi, sehingga wirausaha dapat di definisikan sebagai seorang yang dengan gigih berusaha untuk menjalankan sesuatu kegiatan bisnis dengan tujuan mencapai hasil yang dapat dibanggakan dan bermanfaat untuk dirinya sendiri maupun orang lain.¹⁵ Dalam penelitian ini objek yang diteliti yaitu pengusaha muslim yakni pengusaha yang beragama Islam. Maka peneliti menarik kesimpulan bahwa perilaku pengusaha muslim adalah segala tindakan atau aktifitas pengusaha dalam menjalankan kegiatan usaha dengan mempertimbangkan baik buruknya sesuai konsep Islam. Sedangkan menurut Murdeni Muis, perilaku wirausaha muslim itu harus sesuai dengan ajaran agama Islam, dan harus memiliki konsep yang berbeda yakni menggunakan konsep keadilan, sehingga konsep syari'ah akan dapat mencapai masyarakat yang adil dan makmur.¹⁶

¹⁴ <http://digilib.unimus.ac.id/files/pdf/>, diakses tanggal 6 Maret 2014, 09:52 WIB.

¹⁵ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2004), 367.

¹⁶ Murdeni Muis, *Kepribadian dan Perilaku Wirausaha Muslim*, Cct. ke-1 (Medan: USU Press, 2007), 8.

b. Perilaku Rasulullah saw. dalam Berbisnis

Malahayati menjelaskan beberapa perilaku Rasulullah saw. yang harus ditiru oleh ummatnya dalam berbisnis adalah:¹⁷

- 1) Meyakini kerja sebagai ibadah, dengan keyakinan bahwa apapun yang dikerjakannya ibadah, maka semangat akan timbul dari dalam diri dalam menjalankannya. Allah menyerukan manusia untuk bekerja dengan sungguh-sungguh agar lebih memahami dan menghargai waktu dengan aktifitas yang bernilai ibadah. Diantara ayat Al-Quran yang menyerukan manusia untuk bekerja sebagai berikut:

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ اللَّيْلَ لِبَاسًا وَالنَّوْمَ سُبَاتًا وَجَعَلَ النَّهَارَ نُشُورًا ﴿٤٧﴾

Artinya: “Dialah yang menjadikan untukmu malam (sebagai) pakaian, dan tidur untuk istirahat, dan Dia menjadikan siang untuk bangun berusaha.” (QS. Al-Furqān: 47)¹⁸

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ

عَلَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٧﴾

¹⁷ Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah* (Yogyakarta: Penerbit Jogja Great! Publisher, 2010), 36-55.

¹⁸ Departemen Agama RI, *Syaamil Quran*, 364.

Artinya: "Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan." (QS. At-Taubah: 105)¹⁹

- 2) Kreatif, perilaku pengusaha kreatif akan menciptakan suatu barang yang baru atau metode baru sehingga menarik untuk dipasarkan. Kreatif diartikan dengan melakukan atau menciptakan hal-hal yang baru dari sebelumnya, ada 3 manfaat kreatif, yaitu: menghindarkan dari kejenuhan, membuat hidup lebih hidup.²⁰

Islam memberikan perhatian besar bagi pentingnya penguasaan keahlian seperti kekreatifan. Salah satunya dengan memanfaatkan apa yang ada di bumi dan tidak merusaknya, sebagaimana firman Allah sebagai berikut:

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ اتِّلَكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ

وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: "Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat

¹⁹ Ibid., 203.

²⁰ Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, 39.

kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (QS. Al-Qaṣaṣ: 77)²¹

- 3) Memiliki pengetahuan, tentu semua pebisnis memiliki pengetahuan yang berbeda. Namun, bagi perilaku muslim mengetahui dan mempraktikkan bisnis ala Rasulullah merupakan satu hal yang wajib. Pengetahuan itu diantaranya mengetahui peluang usaha, mengetahui bagaimana menghadapinya.²²
- 4) Visioner, ada empat paradigma yang menjadi landasan pengusaha yang visioner, yaitu: mampu memprediksi kemungkinan di masa yang akan datang, penyesuaian terhadap lingkungan kerja, harus dinamis dalam mengantisipasi berbagai macam kemungkinan, kemampuan melanjutkan perubahan dari aturan atau bentuk yang telah ada sebelumnya.²³

c. Jenis dan Usaha Bisnis²⁴

Dalam bidang bisnis atau usaha bentuk rizki itu tertuang dalam pendapatan atau laba. Jalan yang di tempuh dalam bisnis beraneka ragam sehingga bisa dilihat dari jalan tersebut, bisnis itu

²¹ Departemen Agama RI, *Syaamil Quran*, 394.

²² Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, 43.

²³ *Ibid.*, 47.

²⁴ Ismail Nawawi, *Isu-isu Ekonomi Islam Kompilasi Pemikiran Filsafat dan Teori Menuju Praktek di Tengah Arus Ekonomi Global* (Jakarta: VIV Press, 2013), 166-169.

mempunyai norma-norma sendiri. Namun demikian, segala jalan yang ditempuh dapat dikelompokkan dalam 4 kelompok, yaitu:

1) *Industrial Business*

Bisnis dalam pengelolaan barang/komoditi (*Industrial Business*) yaitu bisnis yang dapat mencapai laba dengan menghasilkan barang atau pengolahan sendiri, kemudian barang tersebut dijual kepada pihak lain yang membutuhkan yaitu pemakai komoditas yang disebut dengan konsumen. Dengan singkat dapat disebutkan bahwa *industrial business* menjual barang produk buatan sendiri.

Industrial Business terbagi lagi menjadi 4 kelompok yaitu: bisnis industri pengembangan bibit (*Genetic Industrial Business*), bisnis industri perusakan bahan (*Extractive Industrial Business*), bisnis industri pengolahan bahan mentah (*Manufacturing Industrial Business*), dan bisnis industri konstruksi (*Constructive Industrial Business*).

2) *Trading Business*

Bisnis jual beli (*Trading Business*) yaitu bisnis yang dalam mencapai labanya dilakukan dengan jalan membeli dari industriawan, kemudian dijual kepada pihak lain. Dengan kata lain menjual barang buatan orang lain.

Dalam praktik *Trading Business* terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu: bisnis besar/grosir (*Wholesale Trading Business*) dan pedagang kecil/eceran (*Retail Trading Business*).

3) *Service Business*

Pelayanan bisnis (*Service Business*) yaitu bisnis yang dalam mencapai labanya dilakukan dengan memberikan pertolongan/ bantuan/ pelayanan/ jasa kepada pihak lain baik kepada produsen, businessman lain, maupun konsumen.

Diantara sekian banyak jasa-jasa yang diberikan yang banyak dijumpai adalah bisnis jasa angkutan (*Transportation Service Business*), bisnis jasa telekomunikasi (*Communication Service Business*), bisnis jasa perbankan (*Banking Service Business*), dan bisnis jasa asuransi (*Insurance Service Business*).

4) *Facilitation Business*

Istilah fasilitas bisnis (*Facilitation Business*) yaitu bisnis yang mencapai labanya dilakukan dengan menyediakan fasilitas. *Facilitation business* sifatnya dipinjamkan/ disewakan untuk jangka waktu tertentu dan

jika telah selesai jangka waktunya, fasilitas tersebut dikembalikan lagi.

Jenis usaha ini yang banyak dijumpai adalah bisnis penyedia fasilitas bisnis (*Land Facilitation Business*) berupa lahan/ tanah, bisnis penyedia fasilitas gedung (*Building Facilitation Business*), bisnis penyedia fasilitas peralatan (*Equipment Facilitation Business*), dan bisnis fasilitas komoditi (*Commodity Facilitation Business*).

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian/penelitian yang pernah dilakukan di seputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas kajian yang akan dilakukan tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian penelitian yang ada.

Tabel 2.1
Daftar Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ahmad Khoirul Ikhwan, UIN Jakarta (2006)	Hubungan Tingkat Persaingan Usaha terhadap Etika Bisnis Islam Pedagang Muslim di Pasar Modern BSD Tangerang	Kuantitatif	Setelah melakukan analisis dengan uji statistik <i>Metode Product Moment (Pearson)</i> ternyata terbukti yaitu ada hubungan positif yang signifikan antara antara tingkat persaingan usaha dan etika bisnis Islam.

2	Erik Lesmana, Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah (2010).	Implementasi Etika Bisnis dalam Menghadapi Persaingan Usaha (S.K terhadap Pedagang Muslim di Pasar Ciputuat Tanggerang).	Kuantitatif	Hasil analisis Uji Rank Spearman menunjukkan hubungan searah antara etika bisnis Islam dan persaingan usaha pada perilaku pedagang muslim.
---	---	--	-------------	--

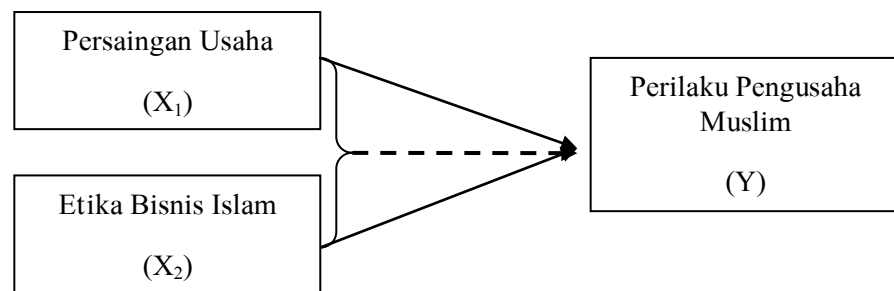
Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama meneliti tentang persaingan usaha dan etika bisnis Islam. Perbedaannya pada pengukuran variabel penelitian etika bisnis Islam, pada penelitian terdahulu pengukurannya menggunakan prinsip dasar ekonomi Islam, yaitu: penciptaan sumber daya alam, hak kepemilikan, larangan pendapatan haram, landasan kerjasama dalam ekonomi Islam, dan pertanggungjawaban yang berlaku di dunia dan akhirat. Sedangkan penelitian sekarang pengukuran pada variabel etika bisnis Islam menggunakan aksioma dasar etika bisnis Islam, yaitu: tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebenaran.

Perbedaan lain yaitu objek penelitiannya, penelitian terdahulu objek yang diteliti yaitu pedagang muslim di suatu pasar tertentu yang secara teori akan membahas tentang pasar, jenis pasar, dan mekanisme pasar secara Islam. Sedangkan pada penelitian sekarang objeknya adalah pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo, yang akan membahas tentang pengusaha, perilaku pengusaha yang mencontoh Rasulullah saw. dalam berbisnis, dan jenis-jenis usaha.

C. Kerangka Konseptual

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya gambaran mengenai hubungan antar variabel dan kerangka konseptual yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan kebenaran suatu penelitian. Adapun hubungan antar variabel dan kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Hubungan antar Variabel



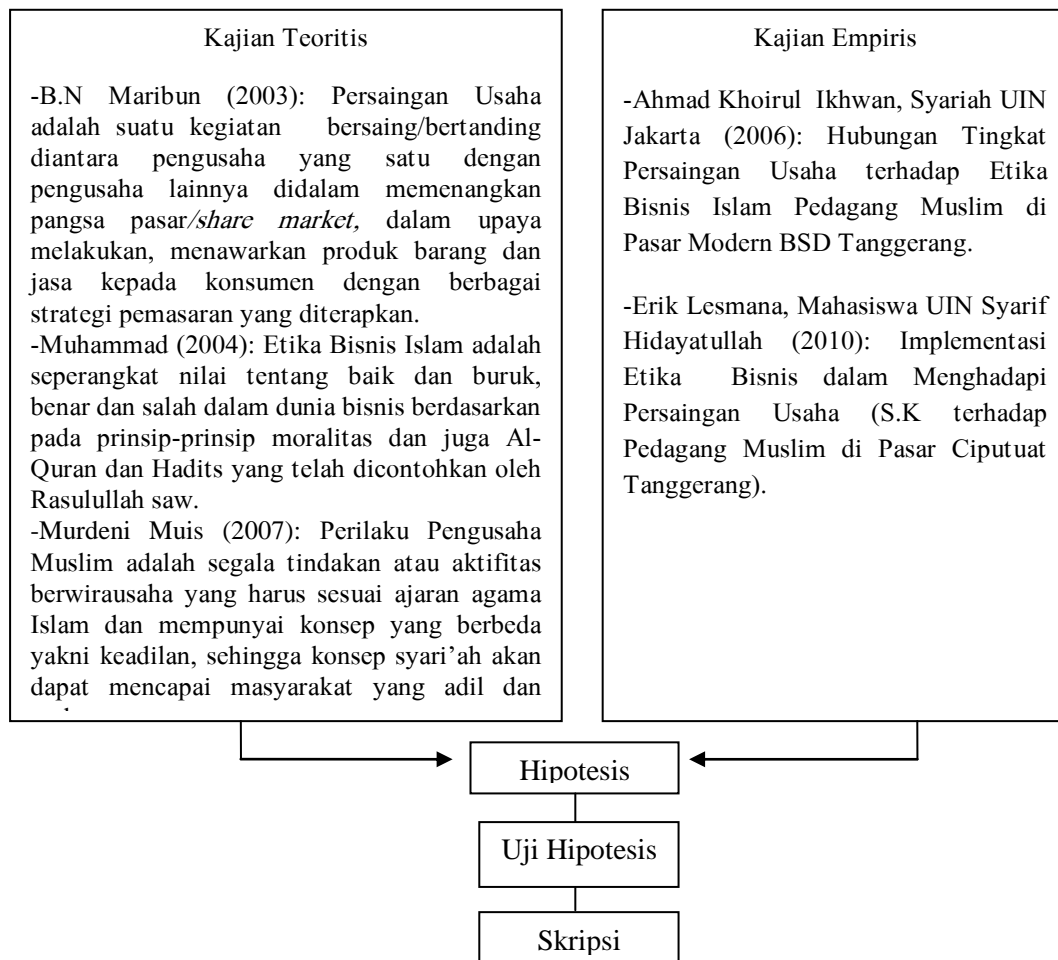
--- → : pengaruh secara simultan

— → : pengaruh secara parsial

Pada gambar 2.1 dapat dipahami bahwa peneliti akan menganalisis pengaruh variabel bebas persaingan usaha (X₁) dan etika bisnis Islam (X₂) terhadap variabel terikat perilaku pengusaha muslim (Y) di Desa Kureksari Waru Sidoarjo, yaitu pengaruh secara parsial, simultan dan variabel bebas yang pengaruhnya lebih dominan.

Sementara untuk kerangka konseptual yang merupakan kerangka gambaran konsep-konsep yang digunakan peneliti secara teori maupun ketika di lapangan, sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual



D. Hipotesis

Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas searah pengujiannya. Hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian di

lapangan sebagai objek pengujian maupun dalam pengumpulan data.²⁵

Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Ho: tidak ada pengaruh secara signifikan persaingan usaha terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

Ha: ada pengaruh secara signifikan persaingan usaha terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

2. Ho: tidak ada pengaruh secara signifikan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

Ha: ada pengaruh secara signifikan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

3. Ho: tidak ada pengaruh secara bersama-sama persaingan usaha dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

Ha: ada pengaruh secara bersama-sama persaingan usaha dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

²⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 103.