

**ETIKA PERSAINGAN ANTAR PENGUSAHA PERCETAKAN
PERSPEKTIF ETIKA BERSAING DALAM ISLAM
(Studi Percetakan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng
Kota Bengkulu)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah Penulisan Skripsi untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

OLEH :

**Rini Elpa Sari
NIM 131 661 0235**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2017M/ 1438 H**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul "*Etika Persaingan Antar Pengusaha Percetakan Perspektif Etika Bersaing dalam Islam (Studi Percetakan di Jln Merapi Raya Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu)*" adalah asli dan belum diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan perumusan saya sendiri tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis
Atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya dibuat sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 10 Agustus 2017M
Dzulqa'dah 1438 H

Saya yang menyatakan



Rini Elpa Sari
NIM 1316610235



KEMENTERIAN AGAMA RI

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp.(0736) 51276,51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Rini Elpa Sari, NIM 131 661 0235 dengan judul "Etika Persaingan Antar Pengusaha Percectakan Perspektif Etika Bersaing Dalam Islam (Studi Usaha Percectakan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu)". Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing 1 dan pembimbing II. Oleh karna itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 10 Agustus 2017M
17 Dzulhijjah 1438H

Pembimbing 1

Pembimbing II

Drs. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

Miti Yarmunida, M.Ag
NIP. 197705052007102002



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276.51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **Etika Persaingan Antar Pengusaha Percetakan Perspektif Etika Bersaing Dalam Islam (Studi Percetakan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebung Kota Bengkulu)** oleh **Rini Elpa Sari NIM. 1316610235**,
 Program Studi **Ekonomi Syariah** Jurusan **Ekonomi Islam**, telah diuji dan
 dipertahankan di depan **Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu** pada:

Hari : **Minggu**
 Tanggal : **27 Agustus 2017 M / 5 Dzulhijjah 1438 H**

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang **Ekonomi Syariah**, dan diberi gelar Sarjana **Ekonomi (SE)**.

Bengkulu, **30 Agustus 2017 M**
8 Dzulhijjah 1438 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Drs. Nurul Hak, MA

Miti Yarmunida, M.Ag

NIP.196606161995031002

NIP.197705052007102002

Penguji I

Penguji II

Dra. Fatimah Yunus, MA

Besi Isnaini, MA

NIP.1963031919200032003

NIP.197412022006042001

Mengetahui,

Dekan

Dr. Asnaini, M.A

NIP.197304121998032003

MOTTO

- *Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan (Al-Insyarah : 6-8)*
- *Ketika pintu kebahagiaan tertutup, yang lain akan terbuka, tapi seringkali kita memandang terlalu lama pada pintu yang telah tertutup sehingga kita tidak melihat pintu yang telah terbuka untuk kita.*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kubersembahkan kepada:

- *Ayahanda Noto Suparjo. dan Ibunda Nurbaya . dan Ibu Mertua ku Ibu Aini Jemain, S.Pd Yang selalu ada dihatiku yang menjadi motivasiku dalam segala hal. Sehingga membuat aku bangkit dari segala keterpurukan.*
- *Adiku tercinta Supardi efendi tersayang.*
- *Untuk Suami yang tercinta Nopriansyah, S.H.*
- *Untuk sahabat-sahabatku; Yela, Lisa, Efri Meli, Umu, Aptu, Tika, Komarudin dan Teman-teman EKIS Angkatan 2013.*
- *Untuk Teman-Teman KKPM desa Margo mulyo, Abdur, Zeri, Erni, Aziz, Oky dan Felza .*
- *Untuk teman seperjuanganku; Yeni, Selvia, Wewet, Mirni, Cica, lupian, Sairi, Dodi, Herman, Yoni, lusi, Syafrozi, Sabirin, Siti, Erni, Bayu, Darmawan, Budi, Novi, Yusuf yang sama-sama berjuang dalam penyelesaian skripsi ini.*
- *Untuk Almamater tercinta IAIN Bengkulu.*

ABSTRAK

Rini Elpa Sari : 131 661 0235 Judul Skripsi adalah “*Etika Antar Pengusaha Percetakan Perspektif Etika Bersaing dalam Islam (Studi Percetakan Di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu)*”. Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Tujuan Penelitian ini Adalah untuk mengetahui perilaku persaingan antar pengusaha percetakan Tebeng Kota Bengkulu dan untuk mengetahui perilaku persaingan antar pengusaha percetakan perspektif Ekonomi Islam Tebeng Kota Bengkulu. Metode penelitian ini adalah penelitian lapangan menggunakan metode deskriptif Kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa wawancara kepada 66 orang responden Percetakan. Dalam produk spanduk. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Perilaku persaingan antar pengusaha percetakan yaitu dalam bentuk persaingan produk, persaingan harga, persaingan dalam bentuk pelayanan dan persaingan dalam memasarkan produk percetakan. Perilaku persaingan antar pengusaha percetakan terdapat praktek yang melanggar syariat Islam yaitu persaingan usaha yang menghalalkan segala cara. tidak menghasilkan produk berkualitas dan pelayanan yang kurang bagus, dan tidak sesuai hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis dimana pesanan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Perilaku persaingan antar pengusaha percetakan tidak sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam, karena di dalam Islam persaingan yang diperbolehkan adalah persaingan yang dilandasi oleh nilai kebaikan dengan semangat kerjasama dan tolong menolong, serta persaingan yang sehat dan tidak menghalalkan segala cara hanya untuk sekedar memenangkan persaingan.

Kata Kunci : *Perilaku, Persaingan, Percetakan.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas hidayah serta ‘inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “*Etika Persaingan Antar Pengusaha Percetakan Menurut Perspektif Etika Bersaing dalam Islam (Studi Usaha Percetakan di Jln Merapi Raya Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu)*”.

Shalawat serta salam tak lupa dipanjatkan kepada Nabi Besar Muhammad Saw, yang mana telah membawa umatnya dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang dirasakan sekarang.

Penulis menyadari bahwa usaha dan kerja yang dilakukan tidak lepas adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sehubungan dengan hal itu pada kesempatan ini penulis menghaturkan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

Penulis hanya dapat berdoa semoga Allah Swt membalas segala kebaikan dan memberikan kemurahan bagi berbagai pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis senantiasa mengharap kritik dan saran yang membangun. Dan penulis berharap

semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai pembuka informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada program Studi Ekonomi syariah, Jurusan Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sirajudin M. M.Ag, M.H, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Ibu Dr. Asnanini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Ibu Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Bapak Drs. Nurul Hak, MA selaku Dosen pembimbing utama dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Ibu Miti Yamurnida, M.Ag selaku Dosen pembimbing pendamping, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Ibu Eka Siwahyuni, MM selaku Pembimbing Akademik yang senantiasa membantu kami selama masa perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis ke depan.

Bengkulu, 27 Agustus 2017 M
5 Dzulhijjah 1438 H

Rini Elpa Sari
NIM 131 661 0235

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian	10
F. Penelitian Terdahulu	10
G. Metode Penelitian	15
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	15
2. Tempat Penelitian	16
3. Subjek/ Informan Penelitian	17
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	17
5. Teknik Analisis Data	18
H. Sistemetika Penelitian	19

BAB II KAJIAN TEORI

A. Etika Bisnis Islam	21
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	21
2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam.....	23
3. Fungsi Etika Bisnis Islam.....	26
4. Prinsip –Prinsip Etika Bisnis Islam.....	29
B. Bisnis dalam Ekonomi Islam	32
1. Pengertian Persaingan Bisnis Islam.....	32
2. Hukum persaingan usaha Bisnis Islam	35
3. Tujuan yang mendorong persaingan Bisnis Islam...	37
4. Dampak positif adanya Persaingan	38

BAB III GAMBARAN UMUM PERCETAKAN FORTUNNA

A. Sejarah Singkat Percetakan Fortunna	40
B. Visi dan Misi Percetakan Fortunna.....	44
C. Kegiatan usaha Percetakan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng.....	45
D. Struktur Percetakan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng.....	46

BAB IV PERILAKU PERSAINGAN ANTAR PENGUSAHA PERCETAKAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

A. Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Percetakan di Jal Merapi Raya Kelurahan Tebeng Ko Bengkulu.....	48
B. Faktor Pendorong dan Penghambat dalam Menghadaj Persaingan Usaha Percetakan di Jalan Merapi Ray Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu.....	52
C. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Perilaku Persainga Antar Percetakan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Teber Kota Bengkulu.....	61

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 1.2 Daftar Percetakan	42
Tabe 1.3. Harga Standar Percetakan.....	43
Tabel 1.4 Alasan Pengusaha Percetakan	54
Tabel 1.5 Lokasi strategis Percetakan	55
Tabel 1.6 Pelayanan Percetakan	56
Tabel 1.7 .Kualitas Produk	57
Tabel 1.8 Teknologi Percetakan	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Pengajuan SK Pembimbing
- Lampiran 3 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 4 : Halaman Pengesahan Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 6 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 7 : Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 8 : Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kehidupan masyarakat yang maju, hampir tidak akan kita temukan adanya perindustrian yang hidup tanpa persaingan. Di Indonesia, keinginan dan kesungguhan negara untuk menciptakan iklim industri yang sehat telah dilakukan dengan membuat suatu produk undang–undang tentang larangan praktek monopoli dan persaingan industri tidak sehat yakni undang–undang no.5 tahun 1999 dikeluarkan pada tanggal 5 maret 1999 namun, baru berlaku efektif satu tahun kemudian.¹ dengan adanya kenyataan semacam itu, maka dalam perniagaan terjadinya persaingan adalah hal yang wajar.² Kegiatan perniagaan dalam pandangan Islam merupakan kelaziman dan tuntutan kehidupan. Disamping itu pula merupakan hal yang memiliki dimensi ibadah.

Islam mendorong umatnya untuk mencari rizki yang berkah, mendorong berproduksi dan menekuni aktivitas ekonomi di berbagai bidang usaha, seperti pertanian, perkebunan, industri, perdagangan dan bidang-

¹ Gelhorn dan Gunawan, Seri hukum Bisnis : *Merger dalam Perspektif monopoli* (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada 2000), h.7

² Adi Warsidi, Administrasi (Jakaarta:Universitas Terbuka, Gelhorn dan Gunawan, Seri hukum Bisnis : *Merger dalam Perspektif monopoli* (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada 2000), h.7, 1999.

bidang lainnya.³ Islam mengajarkan ummatnya untuk mandiri dan berdikari (berdiri diatas kaki sendiri). Tidak hanya mengajarkan untuk beribadah, tetapi juga mendorong ummatnya untuk bekerja keras. Dan salah satu kerja keras yang didorong Islam adalah berwirausaha. Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa' (4) : 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِأَبْطُلٍ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ بَيْعَةً عَنْ قَرَابٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama – suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*⁴

Dari ayat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam meraih ridho Illahi berkaitan dengan harta dunia diisyaratkan agar suka sama suka dan tidak boleh dalam jalan yang bathil atau jahat. Jalan yang paling baik dimaksudkan adalah dengan jalan perdagangan atau perniagaan. Jalan ini dianggap paling sesuai karena mensyaratkan saling memenuhi kebutuhan dari keuntungan yang diperoleh dan di landaskan suka sama suka antara penjual dan pembeli.

³ Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997) h. 86.

⁴ Al-Qur'an dan Terjemahannya Special for Women Departemen Agama RI

Islam tidak menolak kehidupan dan kebutuhan materialistis, tapi menjadikan materi sebagai segalanya itulah yang tidak bisa diterima. Kita bekerja bukan saja mencari uang, tapi kita juga harus tahu bagaimana mencari dan mendapatkan uang yang halal, sehingga terkadang antara panduan dan kenyataan praktisi di lapangan akan berlawanan arah, seperti ada bisnis yang berkaitan dengan riba, penipuan, perjudian dan masih banyak lagi yang diharamkan oleh Syariah.⁵

Struktur Ekonomi yang dikembangkan sehubungan dengan industrialisasi pada umumnya adalah industri kecil dan industri rumah tangga yang merupakan industri bercorak padat karya, sehingga dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak. Tumbuhnya industri kecil dan industri rumah tangga pada tahap pasar internasional dapat menjadi pendorong tumbuhnya industri di Indonesia.⁶

Salah satu usaha kecil yang berkembang saat ini adalah usaha Percetakan. Sebuah usaha kecil yang berangkat dari skill seni gambar yang dimiliki oleh para pengusaha dalam memenuhi permintaan pelanggan. Percetakan merupakan bagian dari kegiatan sektor industri yang akan memproduksi berbagai macam produk diantaranya spanduk (digital ataupun yang biasa), baliho, plakat, prasasti, stempel (warna dan biasa), ID card,

⁵ Faisal Badron, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2006) h.13.

⁶ Aris Ananta, *Ekonomi sumber Daya Manusia* (Jakarta: Bina Akasara, 2002) h. 227

Neon Box, fiber glass, name tag dan sebagainya.⁷ Di mana pada saat ini masyarakat sangat membutuhkan produk dari usaha percetakan untuk berbagai macam keperluan, terutama bagi pengusaha-pengusaha yang ingin mempromosikan produksi usahanya.

Usaha Percetakan merupakan bagian dari kegiatan muamalah yaitu dalam kegiatan tersebut terjadinya transaksi antara dua orang atau lebih dalam memasarkan suatu barang ataupun jasa. Dalam kaedah ushul fiqh yang mendasar dalam konsep Islam dikatakan bahwa asal dari kegiatan mua'malah itu adalah boleh kecuali datang/ada dalil yang mengharamkannya.⁸ Begitu juga halnya usaha Percetakan yang ditekuni oleh pekerja, merupakan suatu usaha yang boleh dilakukan selama pekerjaan itu tidak menyimpang dari ajaran-ajaran Islam.

Dengan banyak berdirinya usaha-usaha Percetakan, tingkat persaingan yang terjadi pun semakin ketat. Untuk mampu bertahan hidup perusahaan sebagai pelaku bisnis dituntut untuk mampu bersaing dengan cara meningkatkan mutu kinerjanya, karena hanya mereka yang mempunyai kinerja yang baik yang akan tetap bertahan hidup. Dalam meningkatkan daya saing perusahaan, hal-hal yang dilakukan oleh pengusaha percetakan adalah memberikan jasa atau produk yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan harga yang kompetitif, tidak hanya itu pengusaha harus

⁷ Hermawan, Pengusaha Percetakan, Wawancara Tanggal 22 Desember 2016.

⁸ Ahmad Basyir, *Asas Hukum Mua'malat* (Yogyakarta: UII Pers, 2003), h. 3.

bisa menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang prima dengan cara memperhatikan kualitas jasa atau produk yang diinginkan serta ketepatan waktu yang telah dijanjikan karena pelayanan akan menjadi ikon bagi pengusaha ditengah kompetisi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia persaingan adalah suatu perjuangan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang tertentu, agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif. Dalam persaingan, kita mengenal istilah “pesaing” yaitu perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip.⁹

Produk yang dipersaingkan Produk usaha bisnis yang dipersaingkan baik barang maupun jasa harus halal dan harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan. Harga bila ingin memenangkan persaingan harga produk harus kompetitif dalam hal ini tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing. tempat usaha harus baik, sehat, bersih dan nyaman harus juga dihindarkan melengkapi tempat usaha dengan hal-hal yang diharamkan untuk menarik pembeli pelayanan harus

⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2012) cetakan ke-7, h. 279

diberikan dengan ramah tetapi tidak boleh dengan cara mendekati maksiat. Layanan purna merupakan servis yang akan melanggengkan pelanggan.

Strategi bersaing atau persaingan dalam pandangan syariah dibolehkan dengan kreteria bersaing secara baik. Salah satunya dijelaskan dalam Al-quran Surat Al-Baqarah ayat 148 tentang anjuran berlomba dalam kebaikan:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ
جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ)

Artinya : *Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (Qs.Al-Baqarah: 148).*¹⁰

Pada ayat diatas, dijelaskan bahwa persaingan untuk tujuan kebaikan itu dipebolehkan, selama persaingan itu tidak melanggar prinsip syariah. Seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah, ketika berdagang rasul tidak pernah melakukan usaha yang membuat usaha pesaingnya hancur, walaupun tidak berarti gaya berdagang rasul seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur, termasuk jika ada kecacatan pada barangnya.¹¹

¹⁰ Al-Qur'an dan Terjemahannya Special for Women Departemen Agama RI

¹¹ M. Ismail Yusnanto dan M.Kerebet Widjajakusuma, Op.Cit., h.96

Rasulullah Saw adalah pebisnis yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian bisnis. Ia tidak pernah membuat para pelanggan mengeluh. Dia sering menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang di pesan tepat waktu. Rasulullah saw pun senantiasa menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi dalam berbisnis. Dengan kata lain, beliau melaksanakan manajemen bisnis modern yaitu kepuasan pelanggan, pelayanan yang unggul, kemampuan, efisiensi, transparan, persaingan yang sehat dan kompetitif. Persaingan yang positif dan kompetitif yang dilengkapi dengan daya saing yang tinggi seperti daya saing harga, daya saing kualitas, daya saing pemasaran, dan daya saing jaringan kerja menjadi pendorong bagi perindustrian yang sudah lama berdiri maupun yang baru bermunculan untuk menguasai pasar dan menjadi *leader market*.

Hasil wawancara lapangan berbeda dengan konsep rasulullah diterapkan dalam bisnis dan perdagangannya dimana persaingan pada usaha percetakan tersebut yaitu Percetakan ada kesepakatan harga tapi ada beberapa percetakan masih menjual barang dan jasa di bawah harga yang telah disepakati. Sehingga merusak harga di pasaran.¹² Dari segi kualitas bahan spanduk banyak jenisnya. ada sebagian dari percetakan yang tidak sesuai dengan harga dengan kualitas seharusnya cetak bahan korea tetapi cetak bahan 340 gsm dan harganya tetap sama, seharusnya dari percetakan sebelum mencetak bahan 340 gsm tersebut seharusnya pemilik percetakan

¹² Satria, Karyawan percetakan, wawancara tanggal 3 juli 2017

transparan kepada konsumen bahwa bahan yang dipesan tersebut tidak ada. Hal ini diungkapkan oleh salah satu pemilik usaha percetakan di Jalan Tebeng Kota Bengkulu yang bernama Dani konsumen percetakan.¹³

Persaingan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu merupakan pusat sentral usaha Percetakan. Lokasi Usaha yang saling berdekatan antara satu dengan yang lainnya. Sehingga dalam menarik konsumen yang datang di tentukan oleh pelayanan serta strategi–strategi persaingan tersendiri yang digunakan oleh pengusaha percetakan untuk menarik konsumen,¹⁴ dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang kiat-kiat yang ditempuh untuk mencapai keberhasilan dalam persaingan sesuai syariat Islam serta menganalisa kekurangan dan kendala serta peluang dan kelebihan yang bisa dimanfaatkan dalam menghadapi persaingan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih jauh dalam bentuk karya ilmiah yang disusun dengan judul : ***“Etika persaingan antar pengusaha percetakan perspektif Etika Besaing Dalam Islam (studi percetakan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu)”***

B. Rumusan Masalah

¹³ Dani, konsumen , Wawancara Tanggal 21 Desember 2016

¹⁴ Satria, karyawan, wawancara tanggal 24 Desember 2016

Dari uraian yang dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Bagaimana Etika Persaingan antar Pengusaha Percetakan Tebeng Kota Bengkulu?
2. Bagaimana Etika Persaingan antar pengusaha percetakan dalam perspektif etika bersaing dalam Islam Tebeng Kota Bengkulu?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus, maka penelitian membatasi penelitian ini hanya membahas tentang Perilaku antar pengusaha percetakan Terhadap Persaingan. Di Dunia percetakan Begitu banyak produk atau jasa yang di perjualkan belikan maka peneliti hanya meneliti Bahan spanduk dalam persaingan antar Pengusaha Percetakan.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan umum dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui Etika Persaingan antar Pengusaha Percetakan Tebeng Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui Perilaku Persaingan antar pengusaha percetakan perspektif Etika Bersaing dalam Islam Tebeng Kota Bengkulu.

3. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

- a. Sebagai upaya memperluas dan mendalami ilmu pengetahuan mengenai Persaingan yang bersumber Perilaku antar Pengusaha Percetakan .
- b. Sebagai upaya menambah khasanah Ilmu pengetahuan berkaitan dengan Perilaku Persaingan Usaha dengan ikut serta dalam menambah koleksi perpustakaan sebagai salah satu bahan penelitian selanjutnya

2. Secara Praktis

- a. Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan serta solusi yang objektif bagi lembaga percetakan dalam rangka memahami konsep persaingan percetakan Antar Pengusaha.
- b. Sebagai upaya menjawab keraguan atau kesangsian pada Pengusaha Percetakan yang muncul saat ini tentang Perilaku Persaingan antar Pengusaha.

E. Penelitian Terdahulu.

Untuk menghindari penelitian dengan objek yang sama, maka diperlukan kajian-kajian terdahulu. Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai fenomena yang berkaitan dengan penelitian yang penulis angkat, antara lain:

Penelitian pertama oleh Shinta Fitriana, 2014. Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim Dalam Menghadapi Persaingan

Usaha. (Studi Kasus Pedagang Muslim Desa Sungai Danau). Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya ketidak sesuaian antara teori dan praktik, dimana seharusnya pedagang muslim menerapkan pedoman etika bisnis Islam, dalam kenyataanya justru melakukan tindakan yang merugikan pedagang lain maupun pembeli. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan sejauh mana penerapan etika bisnis Islam para pedagang muslim dalam menghadapi persaingan usaha di Pasar Bamegapura Desa Sungai Danau, serta menganalisis pengaruh etika bisnis Islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Bamegaura. Penelitian ini gabungan dari metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Pada tahap pertama menggunakan metode kualitatif, setelah ditemukan hipotesis, selanjutnya hipotesis diuji dengan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1.332 pedagang, sedangkan penentuan sampel didasarkan pada hasil perhitungan rumus solvin yakni sebanyak 93 responden. Hasil analisis regresi linier berganda, menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dan persaingan usaha mempengaruhi perilaku pedagang muslim. Dari hasil uji f, secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen di Pasar Bamegapura. Secara parsial (uji t) penerapan etika bisnis Islam berpengaruh signifikan, terhadap perilaku pedagang muslim. Sedangkan persaingan usaha tidak berpengaruh signifikan, karena nilai signifikansi penelitian 0,139 lebih besar dari $\alpha(0,05)$ dan H_0 ditolak. Pemahaman etika bisnis Islam (penerapan) merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap perilaku pedagang muslim di

Pasar Bamegapura Desa Sungai Danau. Dengan nilai unstandardized beta sebesar 0,783 dengan tarap signifikan 0,000.¹⁵

Penelitian Kedua oleh Ahmad Khairul Ikhwan, tahun 2006 dengan judul “ Hubungan Tingkat persaingan usaha dan perilaku etika bisnis islam (Studi kasus pedagang Muslim di pasar Modern BSD Tangerang)”¹⁶ Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan apakah tingkat persaingan usaha berpengaruh terhadap perilaku pedagang. Pokok masalah penelitian ini adalah bagaimana pengaruh tingkat persaingan monopoli pasar dan persaingan sempurna terhadap perilaku pedagang. Hasil penelitiannya, semakin tinggi tingkat persaingan, pedagang tetap menerapkan etika bisnis islam.

Penelitian Ketiga oleh Erik lesmana. 2010. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Terhadap pedagang Muslim Di Pasar Ciputat Tegerang). Penelitian empiris yang bertujuan menguji hipotesis yang berkaitan dengan pengaruh tingkat persaingan usaha dalam pemahaman Etika Bisnis Islam terhadap perilaku dagang dan seberapa pengaruhnya. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan desain survei. Responden adalah para pedagang yang berjualan di pasar ciputat. Teknik analisis data menunjukkan hipotesis adalah Rank Speraman. Hasil penelitian Menyatakan bahwa terdapat hubungan searah dan signifikan antara tingkat persaingan usaha dan pemahaman etika bisni Islam terhadap perilaku dagang.Sementara pengaruh

¹⁵ Shinta Fitriana, 2014. *Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Usaha*. (Studi Kasus Pedagang Muslim Desa Sungai Danau)

¹⁶ Ahmad Khairul Ikhwan, *Hubungan Tingkat persaingan usaha dan perilaku etika bisnis islam Studi kasus pedagang Muslim di pasar Modern BSD Tangerang*” 2006

sedang kuat. Selain hal itu, Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses berlangsungnya proses persaingan usaha di pasar ciputat dan sejauh mana para pedagang muslim di pasar ini telah mengimplementasikan etika bisnis Islam. Hasil penelitian menyatakan bahwa proses berlangsung persaingan usaha di pasar ciputat tersebut berjalan dengan sehat karena telah sesuai dengan apa di ajarkan agama Islam. Sedangkan ajaran Islam terutama yang berkenaan dengan etika dalam menjalankan usaha/bisnis ternyata telah diimplementasikan secara baik oleh sebagian pedagang muslim di pasar Ciputat.¹⁷

Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2

Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang

No	Keterangan	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
1	Judul	1) Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim	Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Percetakan Menurut

¹⁷ Erik lesmana. 2010. *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Menghadapi Persaingan Usaha* (Studi Kasus Terhadap pedagang Muslim Di Pasar Ciputat Tegerang).

		<p>dalam Menghadapi Persaingan(Studi: Pedagang Pedagang Muslim Desa Sungai Danau)</p> <p>2) Hubungan Tingkat persaingan usaha dan perilaku etika bisnis islam (Studi kasus pedagang Muslim di pasar Modern BSD Tangerang).</p> <p>3) Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Terhadap pedagang Muslim Di Pasar Ciputat Tegerang</p>	<p>Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Usaha Percetakan Di Jln Merapi Raya Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu)</p>
2	Objek dan tempat yang diteliti	<p>1)Penelitianpertama objeknya Pedagang Muslim. Tempat Penelitian Di Pasar Bamugapure Desa Muslim</p>	<p>Penelitian sekarang objeknya Pemilik Percetakan, tempat penelitian Kelurahan</p>

		<p>Sungai Danau.</p> <p>2) Penelitian kedua objeknya Pedagang. Tempat penelitian Di Pasar Modern BSD Tangerang.</p> <p>3) Penelitian ketiga objek dan tempat penelitian Pedagang Di Pasar Ciputat Tegerang.</p>	<p>Tebeng Kota Bengkulu</p> <p>Penelitian sekarang</p> <p>Perilaku Persaingan Antar Pengusaha</p> <p>Percetakan Menurut Perspektif Ekonomi Islam.</p>
3	Sample	<p>1) 1.332 orang</p> <p>2) 125 orang</p> <p>3) 75 orang</p>	10 orang

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan di lingkungan masyarakat tertentu, baik

di lembaga organisasi masyarakat maupun lembaga sosial pemerintah.¹⁸ Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *deskriptif kualitatif*, yaitu berusaha menggambarkan dan memberikan informasi mengenai perilaku persaingan Percetakan Tebeng Kota Bengkulu dan menarik kesimpulan secara mendalam.¹⁹ Dikatakan dekriptif karena bertujuan memperoleh pemamparan dan penjelasan yang objektif.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dimulai dari 01 Desember 2016 sampai dengan 31 Mei 2017. Sedangkan lokasi penelitian ini dilakukan dalam ruang lingkup Perusahaan percetakan di Tebeng Kota Bengkulu. Mengapa penulis tertarik melakukan penelitian disini, hal ini karena penulis menganggap bahwa lokasi ini sangat Strategis dan bersaing dan usaha percetakan berekatan satu sama lain dan memiliki kapasitas mengenai seputar masalah yang akan diteliti oleh penulis, dimana perusahaan Percetakan di Tebeng Kota Bengkulu merupakan salah satu pelaku percetakan dalam menerima orderan walaupun keuntungan yang di dapat sedikit dengan menggunakan harga terendah agar mampu bersaing dengan pengusaha percetakan.

3. Subjek/Informan Penelitian

¹⁸ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta : YUGM Pers, 1991), cet ke-6, h.3

¹⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: ALFABETA, 2014)h. 35

Dalam penelitian ini yang menjadi Informan penelitian utama adalah penulis sendiri, namun setelah fokus penelitian menjadi jelas maka Informan penelitian akan lebih sederhana.²⁰ Adapun informan yang dibentuk dalam penelitian Persaingan usaha percetakan di Tebeng Kota Bengkulu dalam Perilaku Antar Pengusaha. Yaitu pengusaha percetakan Fortunna, Percetakan Risqi, Percetakan Hermawan, Percetakan Sunda, Percetakan Dwi Utama, Percetakan Enox Apanel, Karyawan percetakan, serta Kunsumen percetakan.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Penelitian

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara melakukan wawancara langsung dengan objek penelitian yaitu kepada 6 (Enam) Pengusaha percetakan di Tebeng Kota Kota Bengkulu terhadap Perilaku Persaingan Usaha Antar Pengusaha.

2) Data sekunder

Data sekunder yang merupakan suatu data yang menggunakan buku teks, artikel, koran dan lainnya yang berkaitan dengan bahasan penelitian. Sebab penulis juga membutuhkan buku sebagai panduan penelitian dan penyempurnaan penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

²⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, h. 59

1. Wawancara

Wawancara Yakni teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan langsung kepada responden untuk dijawab, sehingga dapat dikonstruksik makna dalam topik tertentu. Wawancara dilakukan untuk mengali informasi tentang perilaku persaingan, hal ini pengumpulan data tidak hanya terbatas pada pokok masalah saja, tetapi juga hal-hal lain yang dianggap perlu dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti mewancarai pihak Pemilik, Kunsumen dan Karyawan Percetakan.

2. Dokumentasi

Kata dokumentasi berasal dari bahasa inggris yaitu *documentation*, sedangkan dalam bahasa latin adalah *documentum* yang berarti pencarian, penyelidikan, pengumpulan, penyusunan, pemakaian, dan penyediaan dokumen untuk mendapat keterangan-keterangan dan penerangan penerangan dan bukti. Begitu pula menurut Ensiklopedia Indonesia, dokumen adalah pencarian, pengumpulan, serta peraturannya.²¹

Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data - data dari dokumen yang ada, bisa berupa surat kabar, majalah, buku teks dan sumber-sumber penunjang lainnya yang dijadikan sebagai referensi penulis, yang berkaitan dengan Perilaku Persaingan antar pemilik percetakan .

5. Teknik Analisis Data.

²¹ Milakucaya, "Dokumen dan Dokumentasi", <http://milakucaya.blogspot.com/html>, (diakses pada 05-11-2016)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi (pengambilan keputusan). Data wawancara dalam penelitian ini adalah sumber data utama yang menjadi bahan analisis data untuk menjawab masalah penelitian. Analisis data dimulai dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan. Setelah melakukan wawancara, peneliti membuat transkrip, membaca hasil wawancara kemudian menuliskan kata-kata yang sesuai dengan apa yang ada dalam pembahasan wawancara tersebut. Selanjutnya peneliti membuat reduksi data dengan cara abstraksi, yaitu mengambil data yang sesuai dengan konteks penelitian dan mengabaikan data yang tidak diperlukan.

G. Sistematika Penulisan

Sebagai upaya untuk memperoleh pembahasan yang sistematis sehingga dapat dipahami secara teratur, maka penulis menggunakan sistematika yang diharapkan dapat menjawab pokok permasalahan yang dirumuskan sejak awal.

Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

Bab I. adalah pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Karena pada bab I ini yang menghantarkan pada pembahasan penelitian ini, mulai dari latar belakang sampai sistematika pembahasan dapat mengantarkan dan mempermudah dalam mengadakan penelitian ini dan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Bab II, membahas tentang wacana seputar Bagaimana Perilaku Persaingan antar pengusaha Percetakan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Percetakan Tebeng Kota Bengkulu yang meliputi Pengertian Etika Bisnis Islam, persaingan, faktor yang mendorong persaingan atau kerangka normatif pada pembahasanbab II tersebut diharapkan dapat untuk memahami tentang persaingan bisnis.

Bab III, mendiskripsikan tentang gambaran umum tentang Sejarah keadaan Usaha, Kegiatan Usaha Percetakan Jl. Merapi Raya Kelurahan Tebeng kota Bengkulu. Di Percetakan Tebeng Kota Bengkulu. yang meliputi sejarah Industri Percetakan Tebeng Kota Bengkulu Gambaran tersebut digunakan untuk memperjelas obyek penelitian sehingga pembahasan penelitian ini dapat dipertanggung-jawabkan

Bab IV, pada bab ini meliputi hasil penelitian, bab ini membahas tentang Bagaimana Perilaku Persaingan antar Pengusaha Percetakan Perspektif Ekonomi Islam Tebeng Kota Bengkulu terhadap dan Bagaimana Percetakan Tebeng Kota Bengkulu.

Bab V, adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil pengolahan data pada penelitian, sehingga dapat diketahui Bagaimana Perilaku Persaingan anatr pengusaha Percetakan Perspektif Ekonomi Islam di Tebeng Kota Bengkulu Terhadap Persaingan Percetakan Perspektif Ekonomi Islam.

Daftar pustaka

Lampiran –lampiran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. ETIKA PERSAINGAN ISLAM

1. Persaingan Usaha Dalam Islam

Secara garis besar, Islam tidak menafikan adanya persaingan usaha dalam bisnis dalam rangka mencapai suatu keadaan yang “*fair*” bagi konsumen dalam memperoleh layanan dan harga yang terbaik dan kompetitif, tetapi Islam juga memberikan rambu-rambu sebagai bingkai bagi para pelaku bisnis dalam mengarungi persaingan usaha. Secara spesifik dalam bersaing secara sehat dan Islami terdapat beberapa hal-hal sebagai pedoman bagi pelaku bisnis :

1. Tidak menghalalkan segala cara
2. Berupaya menghasilkan produk berkualitas dan pelayanan terbaik

sesuai kualitas

3. Memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan

akad-

akad bisnis.

Islam menegakkan sistem pasar pada kondisi persaingan sempurna, yakni persaingan yang mendasar atas permintaan dan penawaran tanpa intervensi dari pihak manapun. Jika masyarakat

melakukan transaksi jual beli dalam kondisi yang normal tanpa ada bentuk distorsi atau penganiayaan apapun dan terjadi perubahan harga karena sedikit penawaran dan banyaknya permintaan, maka ini adalah kehendak Allah SWT. Kerjasama bukan persaingan harus menjadi dasar dalam aktivitas ekonomi, sebab dari dasar inilah terbentuknya perilaku (*behavioral*) dan struktur pasar yang ideal.²²

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis adalah:

1. Pihak-pihak yang bersaing.

Manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Harta yang diperolehnya adalah rizki yang diberikan Allah SWT. Tugas manusia adalah berusaha sebaik-baiknya, salah satunya dengan jalan bisnis. Tidak ada anggapan rizki yang diberikan Allah akan diambil oleh pesaing. Karena Allah telah mengatur hak masing-masing sesuai usahanya. Keyakinan ini dijadikan landasan sikap tawakal setelah

²² Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,

manusia berusaha sekuat tenaga. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.²³

2. Segi cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain, seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Dalam berbisnis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara.

²³ M. Ismail Yusano dan M. Karebat Widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islami*, Gema Insani Press, Jakarta, 2002, h. 92

3. Objek (barang atau jasa)

yang dipersaingkan Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

a. Produk

Produk yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal.

Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.

b. Harga

Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.

c. Tempat

Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti gambar porno, minuman keras dan sebagainya untuk sekedar menarik pembeli.

d. Pelayanan

Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.

e. Layanan purna jual

Ini merupakan servis yang kan melanggengkan. Akan tetapi ini diberikan dengan cuma-cuma atau sesuai akad.

Kerjasama merupakan salah satu nilai dasar yang mendapat banyak perhatian pemerintah dalam ajaran Islam. Dengan pengertian seperti ini maka terdapat pendapat bahwa pasar dalam Islam tidak terlalu tepat jika disebut sebagai pasar persaingan bebas (*perfect competition market*) melainkan pasar yang bekerjasama bebas (*perfect cooperation market*), bahkan juga terdapat istilah lain untuk menyebut pasar Islami ini, yaitu *perfect coopetition market* (*coopetition* berasal dari gabungan *cooperation* dengan *competition*). Istilah ini mengacu pada pasar persaingan bebas yang dilandasi nilai persaingan dalam kebaikan dan sekaligus dengan semangat kerjasama dan tolong menolong.²⁴

2. Hukum Persaingan Usaha

Persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal, karena dianggap sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya. Pasar persaingan sempurna dapat

²⁴ Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007), h. 110.

didefinisikan sebagai struktur pasar atau industri di mana terdapat banyak penjual dan pembeli dan setiap penjual atau pun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar.²⁵

Secara umum, pasar persaingan sempurna mempunyai ciri, identik barang yang diperjualbelikan bersifat homogen dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak sehingga tidak ada satupun penjual atau pembeli yang dapat mempengaruhi pasar secara sendiri. Karenanya, jika ada penjual yang menaikkan harga, maka ia akan kehilangan pembeli, sedangkan jika ia menurunkan harga maka ia akan merugi. Selanjutnya, dalam persaingan sempurna harus tercipta pasar yang bebas hambatan bagi setiap penjual untuk masuk atau keluar dari pasar, serta terjadinya pasar yang “bebas informasi”, yakni setiap penjual dan pembeli dapat mengakses informasi pasar seluruhnya tanpa ada yang menghalang- halangi.²⁶

Dalam hukum persaingan usaha, penetapan harga di bawah harga pasar dengan pelaku usaha lain disebut juga penetapan harga di bawah biaya marginal. Penetapan harga di bawah harga pasar dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat. Memainkan

²⁵ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Pt Grafindo Persada, 2004).h.231.

²⁶ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,

harga dengan menjual barang dengan harga lebih rendah sangat efektif untuk menghambat masuknya pesaing ke dalam pasar yang biasa disebut dengan banting harga. Dari segi ekonomi, penetapan harga di bawah harga pasar adalah menetapkan harga yang tidak wajar, yaitu lebih rendah daripada biaya variabel rata-rata

3. Tujuan yang Mendorong Persaingan Usaha

Persaingan merupakan kondisi real yang dihadapi setiap orang dimasa 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 menduduki 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 akan menjadi *market leader*, dan perusahaan mana yang merupakan pengikut.²⁷ 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

²⁷ Jopie Jusuf, Analisis kredit untuk Account Officer (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka utama, 2008), h.260

terjadi dalam dunia bisnis, Oleh karena itu di perlukan kekuatan –kekuatan atau daya saing antara lain.²⁸

- a. Daya saing produk–produk yang akan ditawarkan harus kualitasnya bisa bersaing dengan baik.
- b. Daya saing harga tidak mungkin menenangkan persaingan jika produk – produk yang dimiliki sangat mahal harganya.
- c. Daya Saing Marketing dunia marketing berbicara masalah pasar maka hal yang terpenting dalam 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 ‘ Beriman sendiri’ dalam hal ini bermakna tidak melakukan kerjasama, koordinasi dan sinergi dengan lembaga –lembaga bisnis lainnya di berbagai bidang.

4. Dampak positif Adanya Persaingan Usaha

Kompetisi merupakan persaingan yang merujuk kepada kata sifat siap bersaing dalam kondisi nyata dari setiap hal atau aktivitas 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 kesaiapan dan kemampuan untuk mencapai

kemajuan dan kesejahteraan kita sebagai umat manusia. Kompetisi seperti

ini merupakan motivasi diri sekaligus faktor penggali dan pengembang

²⁸ Didin Hafidnuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Pratek* (jakarta : Gema Insanin Press. Cet,1 2002) h.44

potensi diri dalam menghadapi bentuk–bentuk kompetisi, sehingga kompetisi tidak semata –mata

diarahkan untuk mendapatkan kemenangan dan mengalahkan lawan.²⁹

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.

Tuntutan dunia bisnis dan manajemen yang semakin tinggi dan keras mensyaratkan sikap dan pola kerja yang profesional. Persaingan yang semakin ketat juga seakan mengharuskan orang–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 pealnggan mersa puas dengan produk tersebut. Selain itu Persaingan usaha memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan kreaktifitas sumber daya manusia untuk menggunakan sumber daya yang ada secara optimal dan menghasilkan barang –barang yang bernilai tinggi dan harga yang kompetitif. Persaingan membantu pemerintah menggulangi kemiskinan akibat krisis moneter yang melanda Indonesia sejak tahun 1997.

Dengan bermunculan usaha –usaha baru diharapkan dapat merayap

²⁹ Muammad Saman, *Persaingan Indudstri Pt. Pancamata Centralindo* (perspektif Etika Bisnis Islam)h. 19

tenaga kerja yang cukup banyak sehingga masyarakat memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya sehari –hari.

B. ETIKA BISNIS ISLAM

1. Pengertian Etika Bisnis 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 jamaknya *ta etha* artinya adat kebiasaan.³⁰ Etika dalam bahasa Arab *al-khuluq, khuluq* dari kata *khaluqa-khuluqan* yang berarti tabiat, budi pekerti, kebiasaan, kesatria, kepawiraan.³¹ 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.³²

³⁰ K. Bertens, *Etika* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, Edisi ke-3 1997) H.14

³¹ Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran: Tentang Etika Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), H. 37.

³² Pamoetj ak. K.ST dan Ichsa, *Seluk – Beluk dan Teknik Perniagaan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002).H.2

Kata bisnis dalam Al-Quran yang digunakan *al-ijarah*, *al-bay*, *tadayantum*, dan *ishtara*. Tetapi sering kali kata yang digunakan adalah dalam bahasa *al-tijarah*, bersal dari kata dasar *tajara*, *tajran wa tijaratan* yang bermakna berdagang. Menurut *Ar-Raghin Al-Asfahani* dalam *al-mufradat fi gharib al-qura'*, *at-tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan.³³

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).

تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتَذُلُّوا 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)³⁴

Dari Uraian di atas, 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 Hadits juga Al-

³³ Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran: Tentang Etika Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), H. 130

³⁴ Departemen Agama RI, *Syaamil Quran*, H. 29

Quran dan Hadits yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw.³⁵ Adapun menurut Prof.Dr. Amin suman SH.MM, yang dimaksud etika bisnis Islam adalah konsep tentang usaha ekonomi perdagangan dari sudut pandang baik dan buruk serta benar dan salah menurut standar akhlaq Islam.³⁶

a. Dasar Etika Bisnis Islam

Pandangan yang padu, seimbang, dan realistis mengenai alam manusia dan peran sosialnya yang khas Islami, dapat diikhtisarkan dengan tepat oleh etika bisnis islam.

3. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam

Setiap manusia memerlukan harta untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya karena manusia akan selalu berusaha untum memperoleh harta kekayaan tersebut salah satu bekerja, dan bagian bekerja adalah bisnis, Dalam menacari rizki dengan bekerja, Islam sangat memperhatikan aspek kehalalan dan kebaikan (*halalan Thoyibah*) baik dari sisi perolehanya maupun dari sisi pembelanjanya.

Sehingga bisnis yang Islami dapat diartikan sebagai serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang dan jasa) termasuk profitnya,

³⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2004) h 37

³⁶ Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam* (jakarta: Kholam Publishing, Cet Ke-1, 2008), h.31

namun dibatasi dengan cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).³⁷

Etika dalam bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama, yaitu Al-Quran dan sunah nabi. Dua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada. Yang membimbing dan mengarahkan semua perilaku individu/kelompok dalam menjalankan ibadah, perbuatan aktifitas umat Islam. Maka etika bisnis dalam menyangkut norma dan tuntutan/ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan atau institusi masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam sebagaimana yang tertera pada dua sumber tersebut. Islam, atau syariat, yang bersumber dari Al-Quran dan teladan Nabi Muhammad saw, mengatur segala aspek kehidupan, etika, dan sosial dan meliputi perkara-perkara pidana dan perdata. Syariat bersifat komprehensif, mencakup seluruh aktifitas manusia, menentukan hubungan manusia dengan Tuhan dan dengan sesama manusia.³⁸

Dan aktifitas bisnis menurut Islam harus dipandang suatu karya atau kerja manusia dalam menjalankan kegiatan “Produksi.” Dan Islam telah secara jelas menganjurkan umatnya untuk berusaha mencari rezki di muka bumi ini sebagai bekal hidup di dunia dalam rangka menopang ibadahnya kepada Allah Swt. Segala sumber daya alam yang tersedia di dunia terdiri

³⁷ M.Ismail Yusanto dan M.Kerebet Wijayakusuma, *Mengapai Bisnis Islam*, (Jakarta:Gema Insani press, 2002), h. 18

³⁸ Latifa al-Gaoud dan mervyn k.Lewis, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Serambi Ilmu semesta, 2001),h.36

atas tanah yang subur dengan segala kandungannya yang ada di dalam: air, barang tambang, mineral, batu bara, gas bumi dan sebagainya semata-mata Allah swt ciptakan supaya manusia mengelola dan memfaatkannya demi mencapai kesejahteraan lahir batin. Hal ini sejalan dengan firman Allah yang berbunyi:

Qs Al-mulk 15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya : Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.³⁹

Al-Annam 152

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا تَكْفُفْ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا وَلَوْ كَانَ دَا فُرْبَىٰ وَيَعْهَدُ اللَّهُ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَّاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ)

Artinya : Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.⁴⁰

Dalam berbisnis, Islam memberikan pedoman berupa norma/norma atau etika untuk menjalankan bisnis agar pelaku bisnis benar –benar konsisten dalam memiliki rasa *Responsibility* yang tinggi. Maka adanya norma-norma/ etika spritual yang tinggi iman dan akhlak yang mulia tersebut merupakan

³⁹ Al-Qur'an dan Terjemahannya Special for Women Departemen Agama RI

⁴⁰ Al-Qur'an dan Terjemahannya Special for Women Departemen Agama RI

“Kekayaan” yang tidak akan habis dan sebagai “Pusaka” yang tidak pernah sirna.⁴¹ karena itu, suatu kegiatan haruslah dilakukan dengan etika atau norma yang berlaku dalam masyarakat

4. Fungsi Etika Bisnis Islam

Persaingan yang semakin ketat dan tidak sehat kerap membuat para pelaku bisnis yang ingin memperoleh laba secepatnya menempuh jalan pintas, mereka tidak lagi mengindahkan norma-norma kepantasan berusaha atau etika bisnis mencari celah – celah guna menghindari ketentuan peraturan seolah hal yang biasa- biasa dalam praktek bisnis sehari –hari.⁴²

Karena itu, Suatu kegiatan haruslah dilakukan dengan etika atau norma yang berlaku di masyarakat bisnis, etika dan norma-norma ini berfungsi agar para pengusaha tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan (halal dan haram) dan usaha yang dijalankan memperoleh simpati dari berbagai pihak.

Dengan melaksanakan etikayang benar, akan terjadi keseimbangan hubungan antara penguaha dengan masyarakat, pelanggan, pemerintah dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Masing –Masing pihak akan merasa dihargai dan di hormati. Kemudian. ada saling membutuhkan diantara mereka yang pada akhirnya menumbuhkan rasa saling percaya sehingga usah yang dijalankan dapat berkembang seperti yang diinginkan.

Adapun tujuan etika bisnis Islam adalah;

⁴¹ Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam*, (Jakarta:Gema Insani Press, 1997)

⁴² Imam Muhammad bin rasyid Qartubi (Ibnu Rusyd al-ahfid), *Bidayatul Mujtahid* (adarul kitab Islamiyah) Juz 1 h. 158

1. Untuk persahabatan dan pergaulan

Etika dapat meningkatkan keakraban dengan karyawan, pelanggan atau pihak – pihak lain yang berkepentingan. Suasana akrab akan berubah jadi persahabatan dan menambah perluasan pergaulan. Jika karyawan, pelanggan dan masyarakat menjadi akrab, segala urusan akan menjadi lebih muda dan lancar.

2. Menyenangkan orang lain

Sikap menyenangkan orang lain merupakan sikap yang mulia. Jika kita ingin dihormati, kita harus menghormati orang lain dan berlaku sopan santun terhadap siapa pun. Sopan santun adalah pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku, dan ia juga merupakan dasar jiwa melayani (*service*) dalam bisnis.⁴³ Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi, dan bahkan mencangkup untuk semua sisi kehidupan. dengan menyenangkan konsumen melalui sikap sopan santun berarti membuat konsumen atau pelanggan menjadi suka dan puas terhadap pelayanan kita maka tidak sulit bagi kita untuk mengembangkan bisnis yang kita jalankan.

3. Meyakinkan pelanggan

Setiap calon pelanggan memiliki karakter tersendiri. Kadang–kadang calon pelanggan perlu dibujuk agar mau menjadi pelanggan. Salah satu cara adalah melalui etika yang ditunjukkan seluruh karyawan perusahaan.

⁴³ Muhammad syakir syula, *Ansuransi Syariah (life and general)* (jakarta: gema insania press, 2004) h.748

Dengan etika maka pembisnis dan karyawan akan mudah untuk menggunakan mana perilaku benar dan salah dalam membujuk konsumen dan pelanggan untuk menggunakan produk tersebut. Karena itu etika bisnis merupakan pemikiran atau refleksi tentang moralitas yang selalu berkaitan dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas berarti aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela dan diperbolehkan atau tidak dari perilaku manusia.⁴⁴

4. Mempertahankan pelanggan

Ada anggapan mempertahankan pelanggan jauh lebih sulit daripada mencari pelanggan, Anggapan ini tidak sepenuhnya benar, mempertahankan pelanggan lebih mudah karena mereka sudah merasakan produk atau layanan yang kita berikan. Untuk itu perusahaan dalam bisnis apapun (terlebih dalam usaha yang terkait dengan pelayanan), harus benar-benar mampu memberikan pelayanan dan produk yang optimal kepada konsumen.⁴⁵ Terlebih lagi di era globalisasi sekarang ini dimana perusahaan bersaing merebutkan pangsa pasar dengan melalui berbagai cara yang dapat menarik konsumen untuk beralih ke produknya atau perusahaannya salah satu caranya adalah mengoptimalkan pelayanan dan produknya. Perusahaan tersebut.

5. Prinsip Etika bisnis dalam Islam

⁴⁴ Anaroga, Panji, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000) h.3

⁴⁵ Muhammad Syakir sula, *Ansuransi Syariah (life and general)* h. 748

Prasyarat untuk meraih keberkahaan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip yang telah digariskan dalam Islam antara lain :

a. Jujur dalam Takaran /*Quantity*

Jujur dalam takaran sangat penting untuk diperhatikan dalam bisnis, untuk membangun kerangka kepercayaan, seorang pedagang harus mampu berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain. Kejujuran ini harus direalisasikan antara lain dalam praktik penggunaan timbangan yang tidak membedakan antara kepentingan pribadi (penjual) maupun orang lain (pembeli).

b. Menjual barang yang baik mutunya (*quality*)

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal, tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeseimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat, baik berupa hukum, maupun etika atau adat. Sikap semacam ini antara lain yang menghilangkan sumber keberkahan, karena merugikan atau menipu orang lain yang di dalamnya terjadi eksploitasi hak-hak yang tidak dibenarkan dalam

ajaran Islam.⁴⁶

c. Dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*)

Sering kali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan obral sumpah.

Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya.

d. Longgar dan bermurah hati (*tatsamuh dan taraahum*)

Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini, seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini, seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli.

e. Membangun hubungan baik antar kolega (*interrelationship*).

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antar sesama pelaku dalam bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoli maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan.

f. Menetapkan harga dengan transparan.

⁴⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Penebar Plus, Jakarta, 2012, h 35-36.

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu, menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh keuntungan, namun hak pembeli harus tetap dihormati.

BAB III

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Percetakan Fortunna

Usaha Percetakan di Jalan Merapi Raya merupakan sebuah usaha yang diminati oleh masyarakat dan anak muda setempat, kalau

di amati sepanjang jalan itu dipenuhi oleh usaha Percetakan. Usaha ini berawal dari pada tahun 2007 yang dipelopori oleh Sahridi Yanopi dan keluarga. Sebelum memulai usaha ini beliau adalah seorang Manajer di usaha yang sama yang kemudian beliau bekerja sama dengan percetakan lain. Beliau buka usaha Percetakan di Merapi Raya Kelurahan Kebun Tebeng Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu.

Usaha Percetakan yang dijalaninya diberi nama "*Fortunna Percetakan*". Pada saat itu beliau memperkerjakan 2 orang pekerja dan dibantu oleh istrinya Metri Hartati. Dalam usahanya ini, beliau menghasilkan produk yang dibutuhkan masyarakat, perusahaan dan perkantoran seperti spanduk, stempel, name tag, ID card, plakat, merk dan lain- lain. Hasil karyanya banyak diminati oleh perusahaan yang besar di Bengkulu seperti Canghong, Indah Kiat dan lain sebagainya.⁴⁷

⁴⁷ Ibu Reni ,Pengusaha Percetakan, Wawancara tanggal 29 April 2017

Setelah beberapa tahun berjalan sekitar tahun 2010 usaha ini sukses dan mulai berkembang, dimana pekerja yang awalnya bekerja dengan Sahridi Yahnopi membuka usaha sendiri seperti hal yang telah dilakoni oleh Hermawan yang membuka usaha Percetakan sendiri (Percetakan Risqi) Tahun 2012, begitu juga Nanda pernah bekerja dengan Sahridi Yanopi kemudian membuka usaha sendiri (Dwi Utama) tahun 2012, Yudi merupakan Adiknya juga membuka usaha ini (Percetakan yuka) tahun 2011 dan masih banyak yang lainnya, sehingga pada saat ini usaha percetakan berkembang pesat dan saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan.¹⁵

Pada saat ini karyawan Sahridi Yanopi juga telah membuka usaha Percetakan ditempat lain. Saat ini adiknya juga sudah membuka usaha yang sama seperti Dani telah membuka usaha di Tebeng , Yudi juga membuka usaha percetakan dengan nama “percetakan yuka ”, sedangkan percetakan yuka yang saya rintis dulu dikelola adik saya yang ke-7 yang bernama Tomi.¹⁶

Banyaknya pengusaha baru yang buka usaha percetakan ini diduga mulai sejak tahun 2015an karena sebelum itu usaha Percetakan ini tidak sebanyak sekarang, sekarang kalau ditotalkan mungkin sekitar 12an kedai percetakan yang ada di sini, apalagi sekarang usaha ini ditunjang oleh alat elektronik seperti komputer untuk mendesain produk percetakan dan mesin pencetak sehingga dengan demikian dapat mempermudah kegiatan dalam usaha ini. Berikut terdapat daftar nama usaha percetakan yang ada

Tabel.1.2

**Klasifikasi Usaha Percetakan di Jalan Merapi Raya Kota
Bengkulu**

No	Nama Usaha Percetakan	Tk. Pendidikan Tertinggi Pengusaha	Umur (tahun)	Lama Berusaha (tahun)	Jumlah Tenaga Kerja (orang)	Modal
1	Percetakan Fortunna	SMA	41	12	4	Rp 2 5.000.000,-
2	Percetakan Risqi	SMA	31	12	5	Rp 10.000.000,-
3	Percetakan Hermawan	SMA	30	6	9	Rp 20.000.000,-
4	Percetakan Sunda	SMA	25	7	7	Rp 18.000.000,-
5	Percetakan Dwi Utama	SI	23	5	6	Rp 15.000.000,-
6	Percetakan Devi Apanel	SMA	24	8	3	Rp 10.000.000,-

Sumber: Daftar percetakan di Jalan Merapi Raya kota Bengkulu

Pendidikan merupakan salah satu prasarana untuk menuju Sumber daya insani yang maju dan beradab yang sesuai visi dan misi yang dimiliki. Dilihat dari jenjang pendidikan antar pengusaha percetakan kelurahan Tebeng Kota Bengkulu. memiliki tamatan, seperti S1, SMK/SMA,. Akan tetapi kebanyakan antar pengusaha percetakan kelurahan Tebeng Kota Bengkulu merupakan tamatan SMK/SMA sederajat. Dan memiliki modal yang bervariasi dan lama memulai usaha percetakan.

Tabel. 1.3
Harga Standard Produk Percetakan Jalan
Merapi Raya Kelurahan Tebeng

No	Nama Produk	Harga
1	Percetakan fortunna	Rp.35.000,-/unit
2	Percetakan Risqi	Rp 25.000,-/unit
3	Percetakan Hermawan	Rp 30.000,-/m
4	Percetakan Sunda	Rp 20.000,- /unit
5	Percetakan Dwi Utama	Rp 25.000,- /unit
6	Percetakan Devi Apanel	Rp 25.000,-/unit

Sumber: Harga Persaingan Spanduk yang diberikan oleh pengusaha percetakan di jalan

Merapi Raya kelurahan Tebeng Kota Bengkulu.

B. Visi Misi Percetakan Fortunna

Visi

Memberikan layanan *integrated marketing communication* yang prima dengan sistem layanan *one stop service* dalam satu atap:

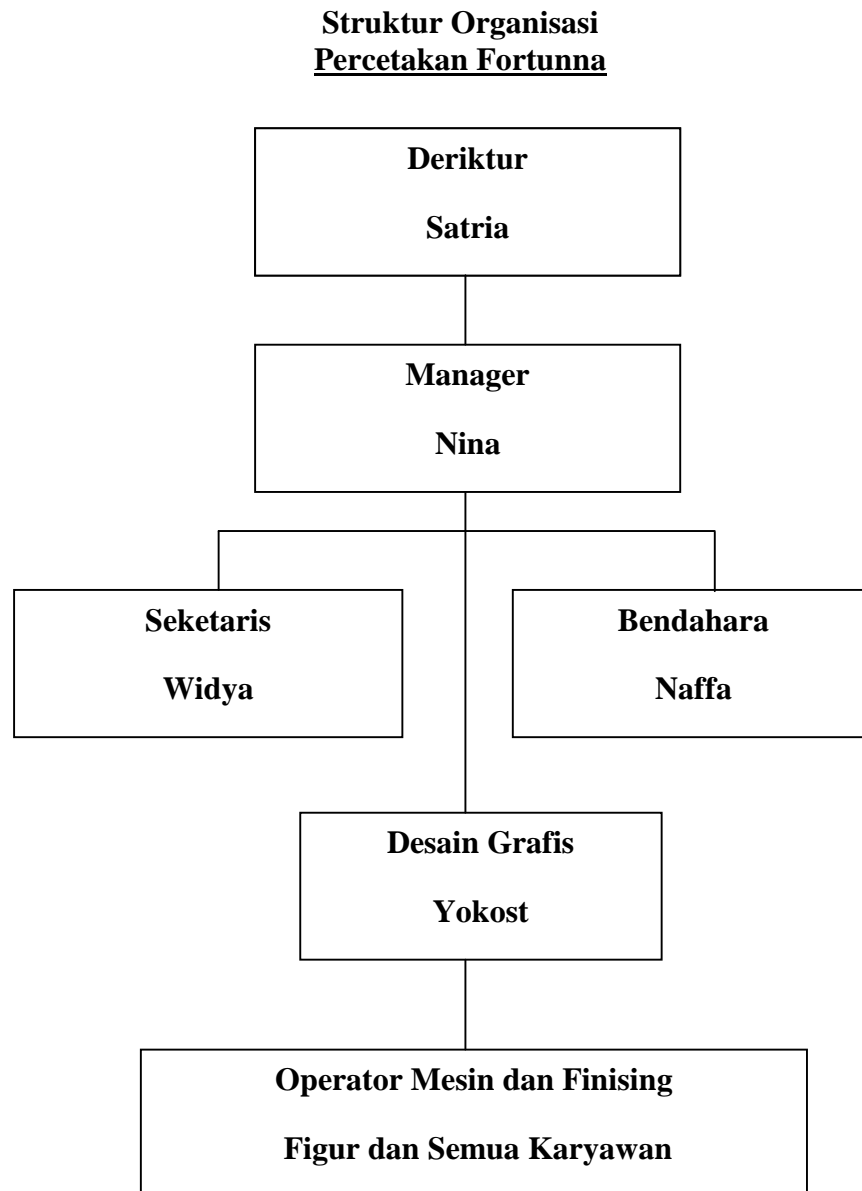
1. Percetakan fortunna unggul dalam hal kualitas mulai dari penyediaan materi bahan hingga sampai finising.
2. Percetakan fortunna memperhatikan keseimbangan faktor bisnis dan tanggung jawab kualitas.
3. Percetakan fortunna menjadi pilihan utama layanan produksi materi promosi indoor/outdoor dari pengguna jasa (produsen/*brand*).

Misi

1. Membantu Produsen /Brand dalam setiap program marketing *Communication* –nya
2. Memberikan nilai lebih dalam setiap layanan
3. Menjadi solusi terbaik bagi produsen/*brand* dalam memenuhi semua kebutuhan program marketing communication –nya
4. Menjadi partner profesional terpercaya dengan mengedepankan layanan yang prima dan kepuasan pelanggan

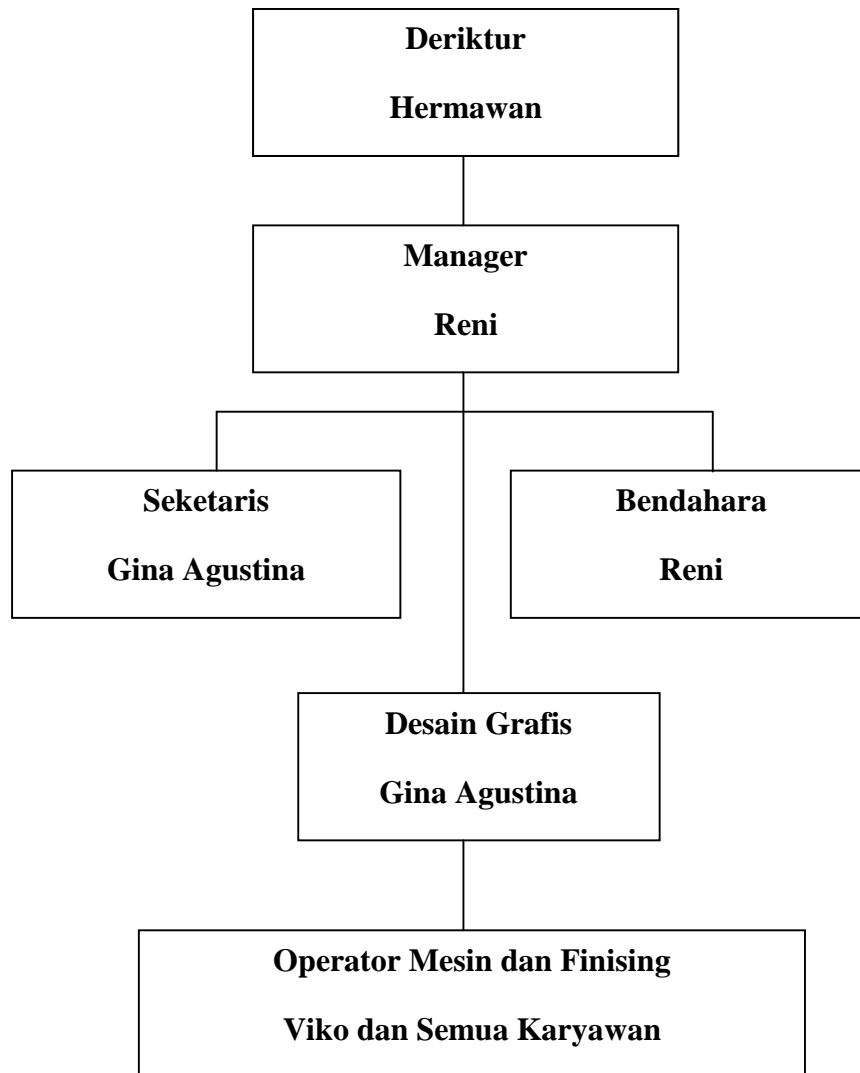
C. Kegiatan usaha Percetakan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng.

Usaha Percetakan merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang jasa yang dapat memproduksi berbagai macam produk jasa seperti spanduk, baliho, banner, stempel, prasasti, id card, name tag, merk, plakat, neon box, fiber glass dan sebagainya. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi usaha percetakan ini semakin berkembang, di mana dulunya usaha ini dilakukan oleh pengusaha dengan cara manual seperti penyablonan. Akan tetapi sekarang dalam kegiatannya usaha percetakan sudah menggunakan alat elektronik seperti komputer untuk mendesain model produk yang diinginkan dan mesin print untuk mencetak hasil dan alat bantu lainnya.

D. Struktur Percetakan

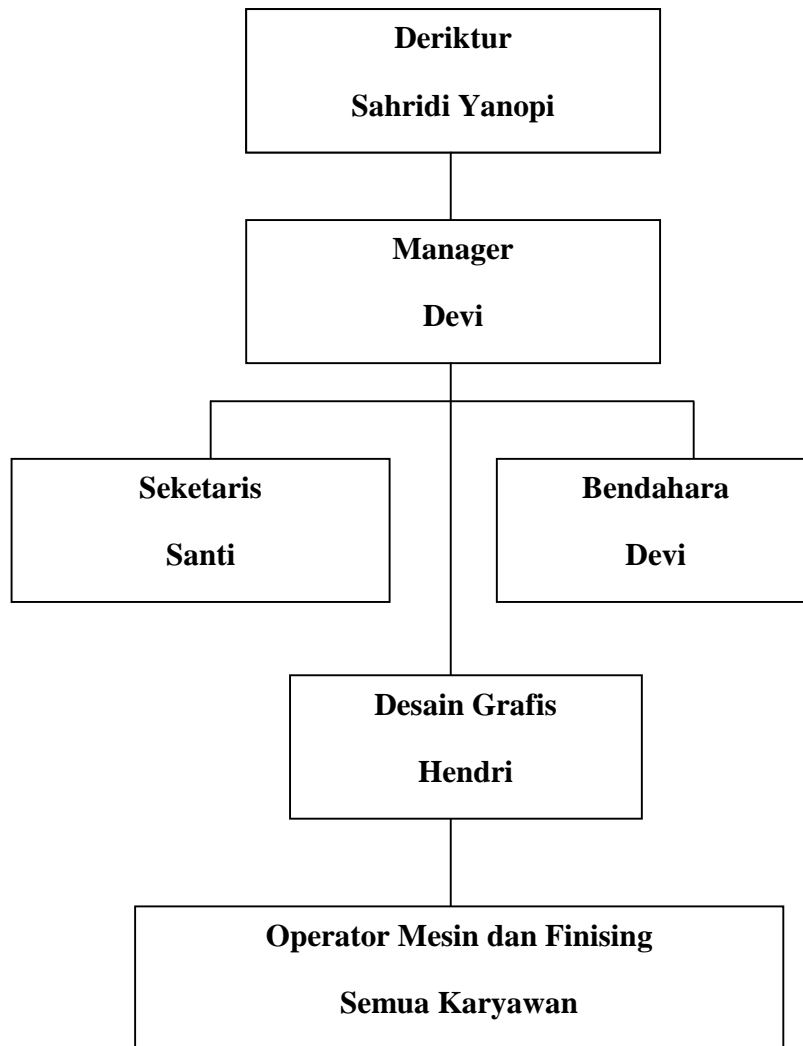
Sumber: Struktur Organisasi Percetakan Fortunna

**Struktur Organisasi
Percetakan Risqi**



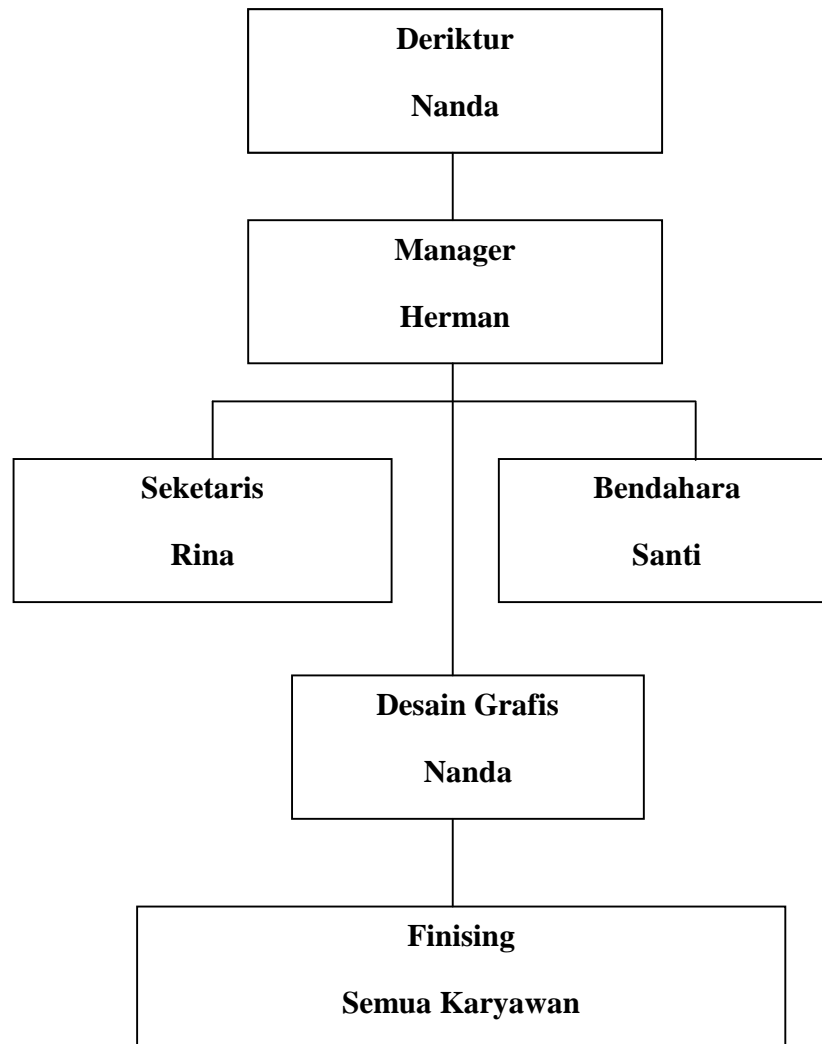
Sumber: Struktur Organisasi Percetakan Risqi

**Struktur Organisasi
Percetakan Devi Apanel**



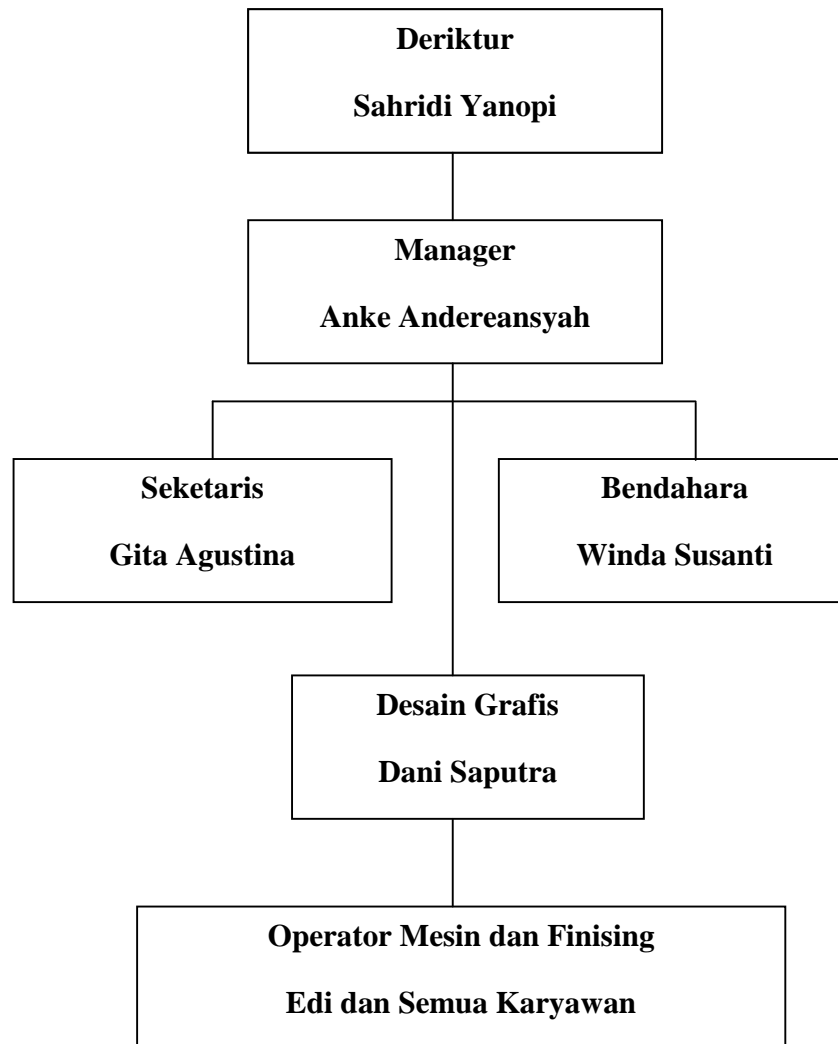
Sumber: Struktur Organisasi Percetakan Devi Apanel

**Struktur Organisasi
Percetakan Dwi Utama**



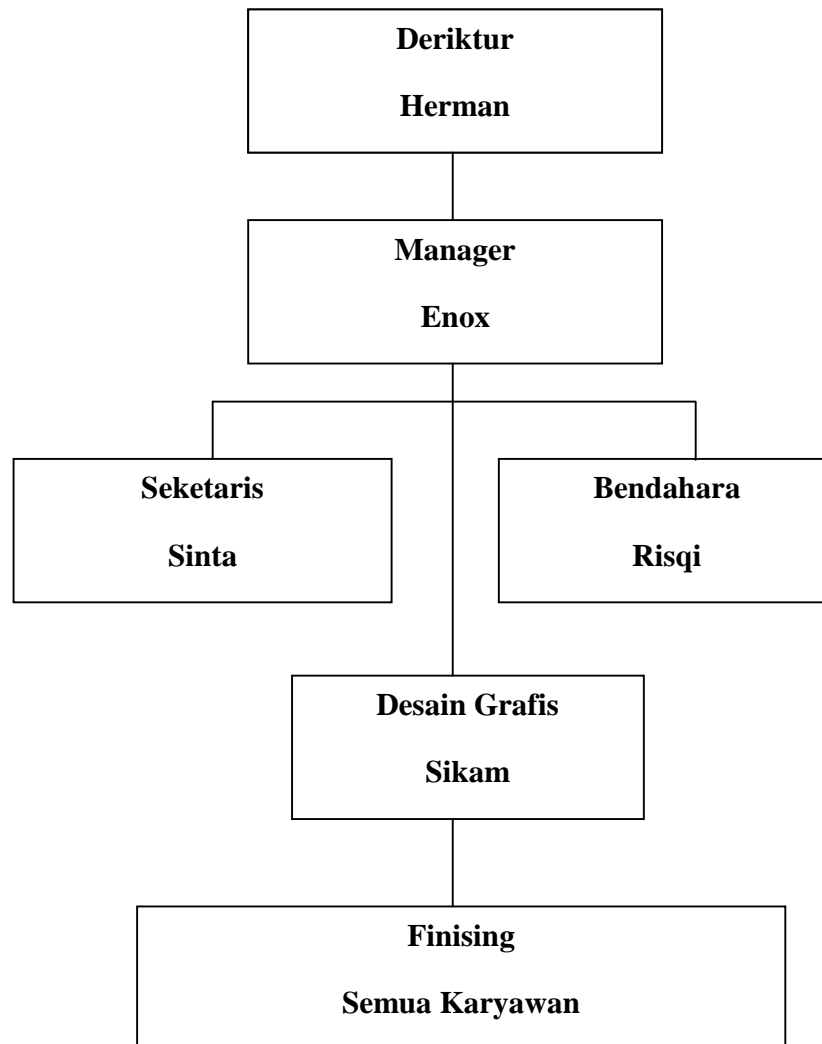
Sumber: Struktur Organisasi Percetakan Dwi Utama.

**Struktur Organisasi
Percetakan Sunda**



Sumber: Struktur Organisasi Percetakan Sunda

**Struktur Organisasi
Percetakan Hermawan**



Sumber: Struktur Organisasi Percetakan Hermawan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Percetakan di Jalan Merapi Raya Kebun Tebeng Kota Bengkulu.

Setelah mendapatkan informasi tentang gambaran perilaku pengusaha percetakan di Jalan Merapi Raya Kebun Tebeng Kota Bengkulu, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang dapat memberikan informasi yang peneliti butuhkan. Pertanyaan-pertanyaan wawancara yang diajukan terdiri dari 2 bagian yaitu : pertama, pertanyaan diajukan kepada pihak pengusaha percetakan. Kedua, pertanyaan yang diajukan kepada pembeli jasa/produk percetakan.

1. Apakah menetapkan harga sebuah strategi bersaing percetakan?

Menurut Bapak Hermawan, Persaingan penetapan harga sangat menyulitkan bagi percetakan untuk setiap produk yang dijual jangan sampai menjatuhkan harga atau dibawah harga produk pesaingnya. Namun sebenarnya sering dia lakukan menjual harga produk tidak sesuai dengan harga yang telah ditetapkan. Ketatnya persaingan harga percetakan di jalan merapi raya sudah bervariasi tidak sesuai kesepakatan harga percetakan lagi

sehingga membuat bapak hermawan menjual harga tidak sesuai kualitas lagi, karena ingin usaha tetap berjalan.

Menurut Bapak Enox, menetapkan harga sangat menguntungkan bagi pengusaha percetakan tidak merugikan percetakan seiringnya banyak percetakan yang baru di jalan Merapi Raya. Membuat pengusaha percetakan menurunkan harga meski kualitas barang tetap. Yang penting usaha yang digeluti selama ini tetap berjalan semestinya. Walaupun sebenarnya bapak enox tahu apa yang dia lakukan tidak boleh seperti itu, tapi terkadang menjual jasa di percetakan dibawah harga yang tidak sesuai kesepakatan.

2. Apakah penetapan harga sesuai kualitas produk dan keuntungan berapa persen produk?

Menurut Ibu Reni, kualitas bahan spanduk sudah sesuai harga yang telah diberikan dari kualitas rendah sampai kualitas tinggi. Namun bahan spanduk lagi kosong yang di pesan oleh konsumen. Konsumen sudah pesan dari percetakan tidak ngecek lagi bahan yang tadi pesan tidak di cek lagi. Sehingga cetak spanduk dicetak dengan bahan kualitas rendah. Tidak sesuai pesanan konsumen yang penting warnanya naik. Kualitas barang tidak dipentingkan. Keuntungan yang dari produk spanduk 30%. Baik ibu gina, memberikan kualitas produk sesuai harga. Sesuai dengan konsumen yang diinginkan karena adanya kualitas produk sehingga membuat pengusaha percetakan menurunkan kualitas produk dengan harga yang tinggi, ketika tidak ada pekerjaan biar usaha berkembang.

3. Bagaimana mengatasi persaingan dengan pengusaha percetakan yang lain?

Menurut bapak sahridi yanopi, meningkatkan kualitas produk, pelayanan dengan sumber daya manusia yang mempunyai keahlian/*skill*. Di bagian *desainer* dan operator mesin dan menambahkan berapa unit teknologi mesin untuk memudahkan pekerjaan di percetakan. Dan menyebarkan iklan ke perusahaan yang menggunakan jasa percetakan. Serta menjemput *door to door*/ menjemput bola.

4. Apakah pernah konsumen yang merasa tidak puas dengan hasil produk yang dihasilkan oleh percetakan bapak/ibu?

Menurut bapak nanda, ada sebagian konsumen balik lagi ke percetakan karena bahan yang di pesan kurang memuaskan atau tidak sesuai dengan dia pesan, bagaimana bapak menyikapi solusi produk konsumen tersebut? Kami akan ramah melayani konsumen, dan kami tidak langsung mengganti produk tersebut dengan kesalahan kami perbuat dan tetapi kami lihat lagi apakah benar kesalahan tersebut dari pihak percetakan atau dari konsumen. Dan sebagian kami ganti. Namun sebenarnya tidak lagi mendapat keuntungan dari produk tersebut.

Menurut ibu metri, tidak ada karena percetakan kami sebelum konsumen kembali ke sini, produk kami buka dengan konsumen apakah benar pesanan konsumen sesuai dengan yang di pesan, lalu kami serahkan dengan konsumen dengan kondisi bagus.

5. Kendala dalam perkembangan usaha percetakan?

Menurut bapak hermawan, kendala terbesar dalam percetakan adalah modal dan manajemen percetakan. Ini sangat dibutuhkan di percetakan karena merata di percetakan merata sama sederajat. Bagaimana mau maju sampai sekarang belum ada penyelesaian. Manajemen percetakan masih semeraut. Dimana satu orang mengambil semua pekerjaan yang bisa dilakukan sehingga karyawan di percetakan enggan lagi bekerja bertahun-tahun. Dia beranggapan pekerjaan banyak tapi gaji yang diberi tidak seberapa diberikan. Begitu juga menurut bapak nanda, bapak sahrudi yanopi, bapak hermawan serta ibu gina yang saya wawancara.

Wawancara dengan konsumen percetakan, dengan pertanyaan berapa pertanyaan? Wawancara Ibu gina, produknya bagus sesuai yang dipesan, dan cepat proses, ibu gina, sering datang ke percetakan, apalagi ada kegiatan-kegiatan yang penting atau sifat mendadak. Dapat diskon beberapa persen mencetak disini merasa puas. Pelayanan bagus. Pak suhaibi bkkbn, sering saya sudah 5 tahun jadi pelanggan tetap di percetakan ini. Sama dengan pendapat dengan ibu gina yang sudah jadi pelanggan 1 Tahun pelanggan percetakan Ibu erni, tidak pernah, baru sekali, dan hasil kurang memuaskan. Ini membuat saya mencari percetakan lain. Produknya tidak sesuai dengan yang dipesan. Bapak aip, kadang memesan produk di percetakan kecuali ada yang dipesan. Kurang

memuaskan. Pekerjaan tidak sesuai yang yang di pesan. Kualitas cetak kurang dan pelayanan kurang sehingga harus menunggu/ menerima cetakan 3 hari.

Dari hasil wawancara dapat dipahami bahwa, pengusaha percetakan di di Jalan Merapi Raya Kebun Tebeng Kota Bengkulu yang menjadi informan dalam penelitian sudah menetapkan harga sesuai kualitas produk sesuai antar pengusaha percetakan. Produk yang dijual percetakan kecauli dari spanduk sangat banyak. Peneliti hanya meneliti di produk spanduk. Bahan spanduk banyak macamnya yaitu. Bahan biasa/*vinil glossy* dari 230 gsm-440 gsm yang sekarang dipakai semua percetakan di Jalan Merapi Raya bahan 230 gsm yang sangat tipis tapi pelaku pengusaha percetakan dengan mempercantik dengan warna yang naik. Membuat pelanggan percaya sesuai dengan ia pesan. Dan pesanan tidak tepat waktu yang telah dijanjikan. Karena darp percetakan selalu mendahulukan pekerjaan yang banyak yang diorder daripada yang duluan, sehingga konsumen kecewa. Kendala yang dialami percetakan adalah modal dan sumber daya manusia serta manajemen percetakan kurang.

B. Faktor Pendorong dan Penghambat Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Percetakan .

Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi dan lain sebagainya, sedangkan faktor dari luar seperti tersedianya sarana transportasi, komunikasi, fasilitas kredit. Pada dasarnya suatu usaha bila ditinjau dari faktor

pendorongnya tidak terlepas dari ide, gagasan, skill yang dimiliki para pelaku ekonomi khususnya pengusaha Percetakan . Kemudian gagasan itu dikaitkan dengan beberapa faktor yang mendukung terlaksananya gagasan tersebut, hal ini dapat menjadi pendorong bagi seseorang untuk melaksanakan ide tersebut.

1. Faktor pendorong para pengusaha dalam menghadapi persaingan usaha Percetakan .

Dalam menjalankan kegiatan usaha, pengusaha percetakan didukung oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut :

- a) Mempunyai prospek yang baik di masa mendatang

Faktor keyakinan yang dimiliki oleh pengusaha percetakan akan prospek yang baik merupakan satu faktor yang mendorong pengusaha percetakan untuk menjalankan usaha ini, hal ini memberikan semangat dan gairah kerja yang tinggi.

Adapun yang dimaksud dengan usaha ini mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang karena usaha ini memberikan harapan yang cukup cerah dalam penerimaan kontribusi pendapatan yang cukup besar bagi industri pengusaha percetakan Berikut tanggapan responden terhadap prospek usaha percetakan :

Tabel.1**Alasan Responden Menjalankan Usaha Percetakan**

No	Pilihan Jawaban	Jumlah Pengusaha	Persentase (%)
1	Kelangsungan kebutuhan hidup	5	34,4
2	Prospeknya bagus	3	37,5
	Menambah penghasilan		
	Melanjutkan usaha keluarga		
	Jumlah	12	100

Sumber : Alasan pengusaha percetakan menjalankan usaha

Dari tabel di atas dapat diambil informasi bahwa alasan yang menjalankan usaha percetakan karena kelangsungan kebutuhan hidup ada sebanyak 5 responden. Alasan karena prospeknya bagus ada sebanyak 3 responden. Sementara alasan menambah penghasilan lebih kecil dari pada alasan melanjutkan usaha dimana jumlah respondennya berjumlah 2 pengusaha.

Pesatnya perkembangan usaha ini dirasakan sekitar tahun 2016an, di mana pekerja saya sudah membuka usaha dan masih dalam lingkungan yang sama setelah mendapat pengalaman di bidang percetakan, yang penting mereka ada keahlian, merasa mampu dan modal yang cukup.⁴⁸

⁴⁸ Ibu Reni , Pengusaha Percetakan, Wawancara tanggal 30 Mei 2017

b) Kelayakan pasar

Faktor pemasaran merupakan hal yang paling penting, sebab hakikat *teknopreneur* atau bisnis adalah penjualan. Usaha atau bisnis tidak akan pernah ada selama penjualan juga tidak ada. Penjualan pun akan dipengaruhi oleh tempat dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Berikut dapat kita lihat tanggapan responden terhadap tempat usaha

Tabel. 2

Tanggapan Responden Terhadap Lokasi Usaha Percetakan

No	Pilihan Jawaban	Jumlah Pengusaha	Persentase (%)
1	Sangat strategis	7	46,9
2	Strategis	3	
3	Cukup strategis	2	34,3
	Jumlah	12	100

Sumber : Lokasi Strategis Percetakan di Jalan Merapi Raya

Dari data di atas dapat diambil informasi bahwa 7 responden mengatakan sangat strategis terhadap lokasi usaha percetakan, 3 responden mengatakan strategi, 2 responden mengatakan cukup strategis dan tidak ada responden yang mengatakan tidak strategis.

Tempat/lokasi yang strategis akan mempengaruhi tingkat penjualan produk, karena tempat merupakan saluran distribusi

dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen.

Selain lokasi usaha, pelayan yang diberikan kepada pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dan puas mempengaruhi kelayakan pasar. Berikut tanggapan responden terhadap pelayanan dalam mempengaruhi pelanggan mengunjungi usaha ini :

Tabel .3

Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan dalam Usaha Percetakan

1	Sangat berpengaruh	6	84,3
2	Berpengaruh	4	9,4
3	Cukup berpengaruh	2	
	Jumlah	32	100

Sumber : Pelayanan di Percetakan jalan Merapi Raya Kota Bengkulu

Dari tabel di atas dapat diambil informasi bahwa 6 responden mengatakan pelayanan sangat berpengaruh dalam mendorong

menghadapi persaingan, 4 responden mengatakan berpengaruh, 2 responden mengatakan cukup berpengaruh dan tidak ada responden yang mengatakan tidak berpengaruh.

c) Kualitas produk

Untuk mampu bertahan serta memiliki nilai lebih dalam menghadapi persaingan, pengusaha harus dapat merebut hati konsumen dengan cara mempertahankan kepercayaan konsumen melalui kontrol akan kualitas produk. Berikut kita lihat tanggapan responden terhadap peran kualitas produk

Tabel.4

Tanggapan Responden Terhadap Peran Kualitas Produk

Usaha Percetakan

No	Pilihan Jawaban	Jumlah Penusaha	Persentase (%)
1	Sangat berperan	6	75
2	Berperan	4	18,8
3	Cukup berperan	2	16,7
	Jumlah	12	100

Sumber : Kualitas Produk Percetakan di Jalan Merapi Raya

Kota Bengkulu

Dari tabel di atas dapat diambil informasi bahwa 6 responden mengatakan kualitas sangat berperan dalam produk percetakan, 4 responden mengatakan berperan, 2 responden mengatakan cukup berperan.

d) Adanya teknologi

Dengan adanya teknologi sangat mendorong berjalannya usaha Percetakan ini karena usaha Percetakan menggunakan mesin dan alat-alat elektronik untuk mencetak berbagai macam produk. Sebelum adanya teknologi kami mencetak spanduk dengan cara manual tapi sekarang sudah ada mesin mencetak sehingga dapat mempermudah dan mempercepat kegiatan usaha ini.⁴⁹ Berikut tanggapan responden terhadap teknologi dalam mempengaruhi tingkat persaingan usaha :

Tabel 5.
Tanggapan Responden Terhadap Teknologi
yang digunakan dalam Usaha Percetakan

No	Pilihan Jawaban	Jumlah Pengusaha	Persentase (%)
----	-----------------	---------------------	----------------

⁴⁹ Nanda , Pengusaha Percetakan, Wawancara Tanggal 28 Mei 2017

1	Sangat berpengaruh	4	
2	Berpengaruh	6	71,9
3	Cukup berpengaruh	2	15,6
	Jumlah	12	100

Sumber : Teknologi yang digunakan di percetakan Merapi Raya Kota Bengkulu

Dari data di atas dapat diambil informasi bahwa 4 responden mengatakan teknologi sangat berpengaruh terhadap tingkat persaingan usaha, 6 responden mengatakan berpengaruh, 2 responden mengatakan cukup berpengaruh.

2. Faktor-faktor penghambat yang dihadapi pengusaha Percetakan dalam menghadapi persaingan usaha antara lain :

a) Keterbatasan modal investasi maupun modal kerja

Pada umumnya hambatan yang dihadapi pengusaha Percetakan dalam menghadapi persaingan usaha adalah modal, dalam hal ini modal masih terbatas karena para pengusaha percetakan dalam menjalankan usahanya menggunakan modal sendiri dan pinjaman modal dari keluarga dekat. Disamping itu, beberapa pengusaha pernah berusaha mendapatkan pinjaman modal dari lembaga keuangan namun mereka tidak mampu memenuhi syarat yang diajukan oleh pihak lembaga tersebut.

karena usaha ini tergolong mampu dalam membangun perekonomian masyarakat akan tetapi usaha ini mempunyai hambatan-

hambatan seperti kurangnya modal yang dimiliki. Untuk mengatasi hal tersebut maka pemerintah dituntut untuk memainkan perannya sebagai stimulator yang merangsang kegiatan ekonomi masyarakat. Pemerintah bisa menyalurkan bantuan kredit kepada pengusaha dan melakukan pembinaan atau pelatihan terhadap pengusaha dalam menghadapi persaingan yang semakin global dalam industri ini. Dari sini dapat kita ambil kesimpulan bahwa usaha pemerintah dalam menghadapi persaingan yang dihadapi pengusaha percetakan boleh dikatakan tidak ada

- b) Kurangnya tenaga yang terampil dan profesional dalam menghadapi persaingan usaha.

Terampil dan professional merupakan sosok kerja yang dibutuhkan diberbagai tempat usaha baik perkantoran ataupun usaha kecil-kecilan. Seorang pengusaha yang memiliki keahlian teknis akan semakin piawai menjalankan usahanya, namun perlu diingat bahwa seorang pengusaha jangan sampai “terbenam” dalam aktivitas pemasaran terbengkalai, seorang pengusaha wajib menguasai seluk beluk bidang usahanya.

- c) Keterbatasan wawasan bisnis serta pengetahuan dalam mengelola usaha dengan baik.

Keterbatasan wawasan bisnis serta pengetahuan pengelolaan usaha dengan baik merupakan suatu penghambat yang dihadapi oleh pengusaha percetakan karena kebanyakan usaha percetakan ini tidak memiliki ilmu tentang bisnis karena mereka yang buka usaha hanya lantaran memiliki pengalaman karena telah bekerja sebelumnya pada usaha percetakan seperti hal yang diungkapkan oleh Enox. Beliau mengatakan: dalam menghadapi persaingan usaha ini, saya merasa kesulitan dikarenakan wawasan tentang usaha yang saya miliki tidak seberapa.⁵⁰

d) Penggunaan teknologi dalam menghasilkan produk masih minim.

Dalam kegiatan usaha percetakan masih ada juga pengusaha percetakan yang belum menggunakan teknologi dalam menghasilkan produknya. Berikut tanggapan responden terhadap penggunaan teknologi

Tabel. 6

Tanggapan Pengusaha Terhadap Penggunaan Teknologi

No	Pilihan Jawaban	Jumlah Pengusaha	Persentase (%)
1	Sudah	9	53,1
2	Belum	7	46,9
	Jumlah	32	100

Sumber: Percetakan yang menggunakan Teknologi atau mesin Printing di Jalan Merapi raya Ko Bengkulu

⁵⁰ Enox, Pengusaha Percetakan, wawancara tanggal 28 Mei 2017

Dari data di atas dapat diambil informasi bahwa 9 responden mengatakan sudah menggunakan teknologi dalam menghasilkan produk dan 3 responden mengatakan belum menggunakan teknologi, dalam hal ini berarti hampir sebagian pengusaha yang merasakan teknologi sebagai faktor penghambat dalam menghadapi persaingan.

C. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Percetakan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu.

Islam menugaskan kepada manusia untuk beriman dan beramal shaleh, beribadah, berbisnis serta bekerja dan berusaha secara halal, segala upaya tersebut dikelola sesuai dengan syariat Islam untuk mendapatkan harta, kemakmuran dan kebahagiaan hidup.

Dalam pandangan Islam, pencapaian prestasi duniawi bukanlah hal yang terlarang. Bahkan sepanjang kemakmuran digunakan untuk amal maka hal itu dianjurkan. Seseorang yang hidup dalam keadaan berkecukupan berpeluang lebih besar untuk membelanjakan hartanya di jalan Allah dengan harapan memperoleh pahala.

Secara behavioral, Islam sangat menekankan setiap aktivitas kehidupan, termasuk dalam melakukan usaha adalah bagian dari ibadah,

karenanya bekerja dan berusaha harus didasari nilai-nilai ketuhanan yang menghendaki kejujuran, transparansi, serta saling menghargai. Untuk membentuk perilaku yang baik dalam aktivitas ekonomi, maka terdapat dua asas yang menjadi dasarnya.⁵¹

Pertama, asas ilahiah. Asas yang pertama dalam kegiatan ekonomi adalah ilahiah. Pelaku ekonomi dalam Islam harus meyakini bahwa setiap langkah bisnis yang dikerjakan tetap dalam “pantauan” Allah SWT, seperti firman Allah SWT dalam QS. Al-Hadid (57) : 4

هُوَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ اسْتَوَىٰ عَلَى الْعَرْشِ
يَعْلَمُ مَا يَلْجِ فِي الْأَرْضِ وَمَا يَخْرُجُ مِنْهَا وَمَا يَنْزِلُ مِنَ السَّمَاءِ وَمَا
يَعْرُجُ فِيهَا وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنْتُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٤﴾

Artinya:

“Dia lah yang telah menciptakan langit dan bumi dalam enam masa, kemudian Ia bersemayam di atas Arasy; Ia mengetahui apa yang masuk ke bumi serta apa yang keluar daripadanya; dan apa yang diturunkan dari langit serta apa yang naik padanya. Dan Ia tetap bersama-sama kamu di mana sahaja kamu berada, dan Allah Maha Melihat akan apa yang kamu kerjakan.” QS. Al-Hadid (57) : 4

⁵¹ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Pt.Raja Grafindo Persada, 2012), h. 36

Kedua, asas ekonomi berdasarkan keberuntungan dunia dan akhirat.

Asas ini berdasarkan firman Allah SWT dalam QS. Al-Qashas (28) : 77

وَأَتَّبِعْ فِي مَتَاعِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَلَا تَمْسَسْ بِكَ مِنْ الدُّنْيَا وَآخِرَتِهَا
 كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
 الْمُفْسِدِينَ

Artinya :

“Carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari kenikmatan dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu. Janganlah kamu melakukan pengrusakan di muka bumi, sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melakukan pengrusakan.” QS. Al-Qashas (28) : 77

Islam sangat mendorong manusia sebagai subjek ekonomi mendapatkan akses ekonomi yang seluas-luasnya selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Sebaliknya, praktik dalam arti “behavioral” dan tindakan yang dapat mendistorsi struktur pasar yang dapat menjadikan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat adalah sesuatu yang dilarang.

Dari Abu Hurairah *radhiallahu ‘anhu* bahwa Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wasallam* bersabda:

لَا حَسَدَ إِلَّا فِي اثْنَتَيْنِ: رَجُلٌ عَلَّمَهُ اللَّهُ الْقُرْآنَ، فَهُوَ يَتْلُوهُ أَنَاءَ اللَّيْلِ

، وَأَنَاءَ النَّهَارِ، فَسَمِعَهُ جَارٌ لَهُ، فَقَالَ: لِيُنْتَبِئَ مِثْلَ مَا أُوتِيَ فُلَانٌ،
فَعَمِلْتُ مِثْلَ مَا يَعْمَلُ، وَرَجُلٌ آتَاهُ اللَّهُ مَالًا فَهُوَ يُهْلِكُهُ فِي الْحَقِّ،
: لِيُنْتَبِئَ مِثْلَ مَا أُوتِيَ فُلَانٌ، فَعَمِلْتُ مِثْلَ مَا يَعْمَلُ

“Tidak ada (sifat) iri (yang terpuji) kecuali pada dua orang: seorang yang dipahamkan oleh Allah tentang al-Qur-an kemudian dia membacanya di waktu malam dan siang hari, lalu salah seorang tetangganya mendengarkan (bacaan al-Qur-an)nya dan berkata: “Duhai kiranya aku diberi (pemahaman al-Qur-an) seperti yang diberikan kepada si Fulan, sehingga aku bisa mengamalkan seperti (membaca al-Qur-an) seperti yang diamalkannya. Dan seorang yang dilimpahkan oleh Allah baginya harta (yang berlimpah) kemudian dia membelanjakannya di (jalan) yang benar, lalu ada orang lain yang berkata: “Duhai kiranya aku diberi (kelebihan harta) seperti yang diberikan kepada si Fulan, sehingga aku bisa mengamalkan (bersedekah di jalan Allah) seperti yang diamalkannya” (HR. Al-Bukhari).⁵²

Penjelasan Hadit diatas, Jadi cemburu dan iri kepada kelebihan harta yang dimiliki seseorang bukan karena kelebihan harta yang dimilikinya semata-mata, akan tetapi karena motivasi kebaikan besar yang dimilikinya dengan banyak membelanjakan hartanya di jalan Allah. Inilah sebaik-baik harta yang dimiliki oleh orang yang beriman, sebagaimana sabda Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wasallam*: “Sebaik-baik harta yang shaleh (penuh berkah) adalah untuk hamba yang shaleh”.

Adapun sifat rakus dan ambisi berlebihan terhadap harta tanpa mempertimbangkan keberkahan dan manfaatnya dalam meraih keridhaan Allah maka ini perbuatan tercela dan sebab yang akan merusak keimanan

⁵² HR at-Tirmidzi (no. 2336) dan Ahmad (4/160), dinyatakan shahih oleh imam at-Tirmidzi dan al-Albani.

seorang hamba, serta menjadikannya jauh dari segala kebaikan dunia dan akhirat. Maksudnya janganlah saling berlomba-lomba dalam berbisnis yang saling menjatuhkan sesama –sama pebisnis, tetapi bagaimana kita menjalin kerjasama bisnis yang baik dengan pengusaha yang sama yang kita jalaankan.

Kehidupan dinamis adalah proses menuju peningkatan, ajaran-ajaran Islam memandang kehidupan manusia sebagai pacuan dengan waktu, dengan kata lain kebaikan dan kesempurnaan diri merupakan tujuan proses ini. Disamping itu memanfaatkan sumber daya alam untuk hal-hal yang bermanfaat merupakan salah satu bentuk ajaran Islam, seperti halnya usaha reklame merupakan usaha yang memanfaatkan sumber daya alam dan manusia dengan keahlian yang dimiliki sehingga mampu mengolah dan memproduksi barang-barang yang dibutuhkan masyarakat.

Secara garis besar, Islam tidak menafikan adanya persaingan usaha dalam bisnis dalam rangka mencapai suatu keadaan yang “*fair*” bagi konsumen dalam memperoleh layanan dan harga yang terbaik dan kompetitif. Islam menegakkan sistem pasar pada kondisi persaingan sempurna, yakni persaingan yang mendasar atas permintaan dan penawaran tanpa intervensi dari pihak manapun. Jika masyarakat melakukan transaksi jual beli dalam kondisi yang normal tanpa ada bentuk distorsi atau penganiayaan apapun dan terjadi perubahan harga karena sedikit penawaran dan banyaknya permintaan, maka ini adalah kehendak Allah SWT.

Kerjasama bukan persaingan harus menjadi dasar dalam aktivitas ekonomi, sebab dari dasar inilah terbentuknya perilaku (behavioral) dan struktur pasar yang ideal.⁵³

Seperti halnya letak lokasi usaha percetakan yang saling berdekatan antara satu dengan yang lainnya. Sehingga secara tidak langsung menimbulkan perilaku persaingan antar pengusaha percetakan. Di mana pengusaha sebagai pelaku ekonomi harus berupaya keras untuk memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya agar mampu menang dalam persaingan. Para pengusaha telah melakukan berbagai strategi diantaranya yaitu dengan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan pelayanan serta memberikan harga yang kompetitif. Namun ada beberapa pengusaha percetakan yang tetap menerima orderan walaupun keuntungan yang didapat sedikit dengan menggunakan harga terendah agar mampu bersaing dengan pengusaha percetakan lainnya.

Dalam hukum persaingan usaha, penetapan harga di bawah harga pasar dengan pelaku usaha lain disebut juga penetapan harga di bawah biaya marginal. Penetapan harga di bawah harga pasar dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat.⁵⁴ Dan seharusnya para pengusaha percetakan harus melandasi kegiatan ekonomi mereka

⁵³ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Pt.Raja Grafindo Persada, 2012), h. 39

⁵⁴ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Pt.Raja Grafindo Persada, 2012), h. 53

dengan asas kerjasama atau saling membantu antar pengusaha bukan saling menjatuhkan dan merugikan pengusaha yang lain.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam perilaku persaingan antar pengusaha Percetakan terdapat praktek yang melanggar syariat Islam yaitu persaingan usaha yang menghalalkan segala cara, tidak menghasilkan produk berkualitas dan pelayanan yang kurang bagus, dan tidak sesuai hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis dimana pesanan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Dalam Islam persaingan yang diperbolehkan adalah persaingan yang sehat, persaingan secara positif yang tidak menghalalkan segala cara hanya untuk sekedar memenangkan persaingan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis penelitian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berdasarkan perumusan masalah atau pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Percetakan Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu. Persaingan percetakan yaitu bentuk persaingan harga, persaingan produk. Akan tetapi etika atau perilaku yang ditanamkan oleh pengusaha percetakan terhadap pengusaha tidak sepenuhnya dilaksanakan, ini terbukti masih ada pengusaha yang menjual harga berbeda dengan harga yang diperlakukan oleh antar pengusaha percetakan dan hal ini menunjukkan ketidakjujuran.
2. Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Percetakan dalam Perspektif Etika bersaing dalam Islam di Percetakan Tebeng Kota Bengkulu. Masih belum sesuai dengan syariah. Hal tersebut dikarenakan pengusaha percetakan di Tebeng tersebut usaha yang menghalakan segala cara, tidak menghasilkan produk berkualitas dan pelayanan yang kurang bagus, dan tidak sesuai hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis dimana pesanan tidak sesuai

dengan yang dijanjikan. Dalam Islam persaingan yang diperbolehkan adalah persaingan yang sehat, persaingan secara positif yang tidak menghalalkan segala cara hanya untuk sekedar memenangkan persaingan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk Akademisi, dikarenakan adanya keterbatasan waktu, biaya dan kesempatan diharapkan adanya penelitian yang lebih lanjut sehingga dapat memberikan sumbangsih pemikiran terhadap perkembangan dunia tentang kegiatan perilaku persaingan yang sesuai dengan syariat Islam.
2. Bagi pihak Percetakan , diharapkan untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan melakukan kegiatan jual beli jasa percetakan dalam sistem perekonomian yang sesuai dengan syariat Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manan, *Teori & Praktek ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera. 1997.
- Adi Warsidi, *Administrasi* Jakarta: Universitas Terbuka, Gelhorn dan Gunawan, Seri hukum Bisnis : *Merger dalam Perspektif monopoli*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2000.
- Ahmad Basyir, *Asas Hukum Mua'malat* Yogyakarta: UII Pers. 2003.
- Anaroga Panji, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta. 2000.
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2007.
- Aris Ananta, *Ekonomi sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bina Akasara. 2002.
- Departemen Agama RI, *Syaamil Quran*.
- Didin Hafidnuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Pratek*, Jakarta : Gema Insanin Press. Cet, 1 2002.
- Faisal Badron, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana Perdana Media Group. 2006.
- Gelhorn dan Gunawan Wijaya, *Seri Hukum Bisnis: Merger dalam Perspektif Monopoli*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2002.
- Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta : YUGM Pers, 1991
- H. Pamoetjak, K. ST dan Ichsa, *Seluk – Beluk dan Teknik Perniagaan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2002.
- HR at-Tirmidzi (no. 2336) dan Ahmad (4/160), dinyatakan shahih oleh imam at-Tirmidzi dan al-Albani.
- Jopie Jusuf, *Analisis kredit untuk Account Officer* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama. 2008.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2007.
- K. Bertens, *Etika*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, Edisi ke-3. 1997.

- Latifa al-Gaoud dan mervyn k.Lewis, *Perbankan Syariah*, Jakarta: PT Serambi Ilmu semesta. 2001.
- Mawardi, *Ekonomi Islam*, Pekanbaru: Alaf Riau, 2007.
- Muchlis, *Bisni Syari'ah*, Yogyakarta : YKPN. 2007.
- Milakucaya, "*Dokumen dan Dokumentasi*", dikutip dari <http://milakucaya.blogspot.com/html>, diakses pada 05-11-2016.
- Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam* , jakarta: Kholam Publishing, Cet Ke-1.2008.
- Muhamad. *Ekonomi mikro dalam perspektif islam*, yogyakarta:BFEE Cet. 1. 2004.
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan \Moral Ajaran Bumi*, Penebar Plus, Jakarta, 2012.
- M. Ismail Yusano dan M. Karebat Widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islami*, Gema Insani Press, Jakarta, 2002.
- Muhammad, R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran: Tentang Etika Bisnis* , Jakarta: Salemba Diniyah.2002.
- Muammad Saman, *Persaingan Indudstri Pt. Pancamata Centralindo*, perspektif Etika Bisnis Islam.
- Muhammad syakir syula, *Ansuransi Syariah (life and general)* , Jakarta:gema insani press.2004.
- Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: ALFABETA, 2014.
- Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta: Pt Grafindo Persada, 2004.
- Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Islam*, Jakarta: Gema Insani Press.1997.

L

A

M

P

I

R

A

N



Survei Lokasi



Mesin Produksi Spanduk Lebar 320 Cm



Hasil Cetak Spanduk



Wawancara pemilik percetakan Risqi



Wawancara Karyawan percetakan Fortunna



Wawancara pemilik percetakan Fortunna



Macam-macam bahan spanduk



Hasil Produksi Neonbox

RIWAYAT HIDUP



Rini Elpa Sari dilahirkan pada tanggal 02 Mei 1991 di Kota Bengkulu, putri Pertama dari dua bersaudara dari Bapak Noto Suparjo, dan Ibu Nurbaya. Pendidikan SD ditamatkan pada tahun 2003 dan SMP pada tahun 2008 di kota Bengkulu. Pendidikan berikutnya dijalani di SMK Negeri 05 Kota Bengkulu dan tamat pada tahun 2011. Setelah tamat SMK berhenti dan melanjutkan kerja kemudian melanjutkan pendidikan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu mengambil program studi Ekonomi Syariah.