

ANALISIS PERSAINGAN USAHA KAMPUNG LOGAM DITINJAU DARI

ETIKA BISNIS ISLAM YUSUF AL – QARADAWI

(Studi kasus PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo)

SKRIPSI

Oleh:

SYAHRUL WAHYU PUTRA AJI

NIM: G94216135



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Syahrul Wahyu Putra Aji

NIM : G94216135

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Persaingan Usaha Kampung Logam Ditinjau
Dari Etika Bisnis Islam Yusuf AL Qaradhawi (Studi
Kasus PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan
adalah hasil penelitian sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk
sumbernya.

Surabaya, 11 Oktober 2022

Saya yang menyatakan,



Syahrul Wahyu Putra Aji

NIM. G94216135

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Syahrul Wahyu Putra Aji NIM. G94216135 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 11 Oktober 2022

Pembimbing



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.i.

NIP. 197005142000031001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Syahrul Wahyu Putra Aji NIM. G94216135 ini telah dipertahankan di depan Majelis Munaqosah Skripsi Proposal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada hari Jumat, tanggal 28 Oktober 2022, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqosah Skripsi :

Penguji I



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.i.

NIP. 197005142000031001

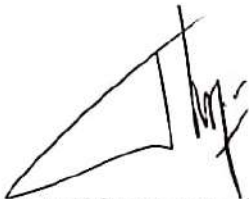
Penguji II



Fatikul Himami, M.EI

NIP. 198009232009121002

Penguji III



Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si.

NIP. 198209052015031002

Penguji IV



Nurul Fatma Hasan MEI

NIP. 198907112020122013

Surabaya 08 November 2022

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.i.

NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Syahrul Wahyu Putra Aji
NIM : G94216135
Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
E-mail address : syahrulwahyu771@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Analisis Persaingan Usaha Kampung Logam Ditinjau dari Etika Bisnis Islam Yusuf Al-Qaradawi

(Studi Kasus PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 06 Januari 2023

Penulis,



(Syahrul Wahyu Putra Aji)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Analisis Persaingan Usaha Kampung Logam Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Yusuf AL Qaradhwawi (Studi Kasus PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo)” yang bertujuan untuk mengetahui persaingan usaha Pengelola Industri Kampung Logam di PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo dan untuk mengetahui tinjauan Etika Bisnis Islam menurut Yusuf Al-Qaradhwawi pada persaingan usaha Pengelola Industri Kampung Logam di PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dengan informan yaitu staff HRD PT Elang Jagad..

Dari hasil penelitian yang didapat bahwa Jasa Cat Enamel merupakan daya unggul utama yang dimiliki oleh PT Elang Jagad. Selain enamel merupakan daya saing unggul yang dimiliki oleh PT Elang Jagad dalam bersaing dengan industry lain yang ada di kampung logam Ngingas, terdapat prinsip 3M dalam bisnis yang dilakukan oleh PT Elang Jagad yaitu Mengutamakan kualitas produk, Mengutamakan ketepatan waktu dan pengiriman, dan Menjaga komunikasi yang baik dengan customer. Dari ketiga unsur etika bisnis islam menurut yusuf al-qaradhwawi yaitu produksi, distribusi dan konsumsi. Secara keseluruhan, PT Elang Jagad telah mematuhi rambu-rambu yang telah diatur dalam islam. Dari aspek produksi, mulai dari bahan baku sampai hak-hak pekerja diperhatikan dan tidak melanggar norma-norma dalam Islam. Kemudian untuk aspek distribusi mulai dari pemesanan, pengiriman hingga layanan yang diberikan ke customer sesuai dengan kesepakatan dan semua customer mendapatkan perlakuan yang sama, ini menandakan dalam konteks distribusi PT Elang Jagad sudah menerapkan aspek kebebasan dan keadilan, selanjutnya yang terakhir yaitu aspek konsumsi. Melarang perbuatan boros dan menafkahkan harta menjadi yang pertama. Salah satu bentuk upaya untuk menekan sifat pemborosan yang dilakukan oleh PT Elang Jagad adalah meminimalisir terjadinya barang yang cacat produksi, sedangkan untuk menafkahkan harta PT Elang Jagad rutin untuk beramal baik kepada pekerja maupun lingkungan sekitar dan juga rutin menunaikan zakat. Aspek kedua yang mengatur batasan dalam perilaku konsumsi adalah pemasukan dan pengeluaran harus seimbang, tidak boleh lebih besar pengeluaran daripada pemasukan karena dapat menyebabkan utang. Pihak narasumber dari PT Elang Jagad menjelaskan bahwa dari awal pendirian PT Elang Jagad meminimalisir untuk pembiayaan berbasis utang.

Saran dalam penelitian ini diharapkan kepada PT Elang Jagad sebaiknya dalam melakukan ekspansi bisnis, tetap berupaya untuk tidak melakukan pembiayaan dari utang. Selain itu, dalam hal pelayanan juga lebih ditingkatkan seperti terus menekan output produksi yang cacat sehingga bisa terus meningkatkan efisiensi.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR TRANSLITERASI.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Dan Batasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Kajian Pustaka.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
1.7 Definisi operasional.....	16
1.8 Metode Penelitian	18
1.9 Sistematika Skripsi	21

BAB II	23
KAJIAN PUSTAKA	23
2.1 Persaingan Usaha.....	23
2.2 Strategi Persaingan Usaha.....	23
2.3 Jenis-jenis persaingan usaha	24
2.4 Persaingan Usaha Dalam Islam.....	29
2.5 Etika Bisnis Dalam Islam	34
2.6 Etika Bisnis Islam Menurut Yusuf Al Qaradhawi	36
BAB III.....	55
METODE PENELITIAN	55
3.1 Pendekatan Penelitian	55
3.2 Pengumpulan Data	55
3.3 Kerangka Konseptual.....	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5 Teknik Pengelolaan Data.....	59
3.6 Teknik Analisis Data.....	60
3.7 Keabsahan Data.....	60
BAB IV	63

HASIL PENELITIAN	63
4.1 Gambaran Umum PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo ..	63
4.2 Persaingan Usaha Pengelola Industri Kampung Logam di PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo	72
4.3 Tinjauan Etika Bisnis Islam Menurut Yusuf Al-Qaradhawi Pada Persaingan Usaha Pengelola Industri Kampung Logam PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo	76
BAB V.....	86
PEMBAHASAN.....	86
5.1 Analisis Persaingan Usaha Industri Kampung Logam Di PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo	86
5.2 Analisis Etika Bisnis Islam Menurut Yusuf Al-Qaradhawi Pada Persaingan Usaha Industri Kampung Logam Di PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo	88
BAB VI.....	99
PENUTUP	99
6.1 Kesimpulan	99
6.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....	104

DAFTAR TABEL

Gambar 4 1 Visi dan Misi PT Elang Jagad	64
Gambar 4.2 Suasana Kantor PT Elang Jagad.....	65
Gambar 4.3 Produk Pipa Kompor	66
Gambar 4.4 Produk Pipa Kompor Yang Sudah Jadi	66
Gambar 4.5 Tatakan Kompor.....	67
Gambar 4.6 Mesin di PT Elang Jagad	69
Gambar 4.7 Karyawan PT Elang Jagad	70
Gambar 4.8 Truk Pengangkut Barang	71

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi yang telah terjadi dalam beberapa decade terakhir membuat kemajuan dalam berbagai sector secara signifikan di seluruh dunia.. Hal ini membuka peluang besar terhadap pelaku ekonomi untuk mengembangkan kegiatan usahanya di dalam dan luar negeri. Globalisasi juga memungkinkan peningkatan investasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi dan menekan angka pengangguran (Lubis 2009).

Tidak dapat disangkal bahwa adanya situasi ini telah memicu meningkatnya persaingan di antara para pelaku bisnis di dunia bisnis. Pengusaha sebagai objek ekonomi selalu berusaha untuk memaksimalkan keuntungan dalam melakukan kegiatan usahanya (Nugroho 2012). Selain itu, mereka mencoba memperkuat posisi pasar mereka. Untuk mencapai hal tersebut, salah satu inisiatif yang dapat dilakukan oleh pelaku ekonomi adalah adopsi (Nugroho 2012).

Ada berbagai jenis inisiatif yang dapat dilakukan oleh individu dan kelompok, tergantung pada fungsi dan tujuannya. Salah satu usaha yang dapat dikatakan memiliki kebutuhan sekunder adalah usaha pengelolaan logam. Dalam hal ini, logam merupakan salah satu produk selain minyak dan gas yang dapat dijadikan

pilihan bagi masyarakat yang hendak melakukan usaha dan sekaligus membuka lapangan pekerjaan bagi pelaku ekonomi.

Salah satu industri pengolahan nonmigas yang menonjol di Jawa Timur adalah salah satunya industri pengolahan logam. Industri logam merupakan sektor yang sangat erat kaitannya dengan subsektor industri lainnya. Seperti industri manufaktur hulu lainnya, industri ini umumnya padat modal, padat karya, padat teknologi, dan konsumsi energinya relatif tinggi. Namun, ketergantungan produksi yang erat dengan sektor industri lain dan ketersediaan bahan baku yang digunakan dalam jumlah yang relatif besar membutuhkan perhatian khusus dalam pengembangan industri ini. (Sari dalam Fitri, 2006)

Industri baja adalah industri yang strategis karena merupakan salah satu penggerak utama terhadap pembangunan negara. Kehadiran baja didalam barang disekitar sering diabaikan karena sebagian besar dilapisi dengan bahan lain. Salah satunya adalah Gedung pencakar langit setinggi 450 meter seperti Menara Kembar Petronas di Malaysia yang mana konstruksi nya menggunakan kekuatan baja untuk menahan beban berat. Selain itu, karena besi sulit dipatahkan, ia juga sangat baik dalam ketahanan gempa. Ratusan ton baja digunakan untuk membangun jembatan antar pulau yang jaraknya lebih dari satu kilometer, seperti Jembatan Kanmon di Jepang.

Setiap bidang kehidupan terbuat dari besi, mulai dari peralatan dapur, transportasi dan generator hingga kerangka bangunan dan jembatan. Dengan demikian, besi menyatu dalam kehidupan manusia, menjadi penopang segala

aktivitas dalam proses produksi, dan tidak dapat dipisahkan dari masyarakat industri. Suatu negara tidak bisa membangun kekuatan industri baja dan teknologinya (Rochman, 2003).

Salah satu industri logam yang bernilai strategis di Jawa Timur adalah industri pengolahan logam. Industri ini mengolah logam menjadi alat pertanian, mesin penggilingan bakso, pengepres genteng, hiasan meja dan kursi, tiang lampu hias, tabung pemasangan, pagar dekoratif, dan banyak lagi. Industri ini tersebar di Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur.

Industri pengerjaan logam memiliki fungsi penting yang belum mendapat perhatian yang cukup dari pemerintah, sehingga daya dukung logam terhadap kinerja proses produksi sangat lemah. Akibatnya, barang-barang yang berasal dari Jawa Timur kalah bersaing dengan produk-produk dari negara lain dalam hal volume produksi, kualitas dan ketepatan waktu distribusi (Rochman, 2003). Mengingat pentingnya peran industri pengerjaan logam dalam pembangunan negara dan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat setempat, maka diperlukan kinerja yang baik dan daya saing yang tinggi untuk dapat bertahan di industri ini jika kebijakan perdagangannya tidak memihak.

Dalam lingkungan yang sangat kompetitif untuk kepentingan konsumen dan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, departemen pemasaran perusahaan akan terus mencari terobosan promosi baru untuk mengimbangi atau mengatasi promosi yang dilakukan oleh kompetitor. Promosi pada dasarnya adalah jenis komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang

bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk sehingga membuat pasar sasaran sadar akan perusahaan dan produk yang ditawarkannya. Perusahaan yang 'beretika' tidak hanya tentang keuntungan maksimal yang mengarah pada situasi yang tidak etis, tetapi juga tentang lingkungan bisnis dan 'kepentingan para pemangku kepentingannya', yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan. "atau kepentingan pihak yang berkepentingan".

Etika adalah cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku setiap individu. Oleh karena itu, etika sering disebut sebagai filsafat moral atau filsafat. Etika tidak pernah menjadi pusat perhatian dalam berdagang dan berbisnis. Kepedulian etis untuk bisnis adalah selama bisnis itu sendiri. Jelas juga bahwa kegiatan ini tidak lepas dari masalah etika karena orang-orang terlibat dalam transaksi. Misalnya, orang mengetahui potensi kecurangan ketika mereka bertindak. Kegiatan komersial selalu berkaitan dengan etika. Dengan kata lain, kita harus selalu memikirkan apa yang boleh dan apa yang tidak boleh untuk dilakukan. (Bertens, 2000, hlm. 33-36).

Kunci sebenarnya dari etika dan moralitas bisnis terletak pada pelakunya, dan misi para utusan Allah di dunia adalah memperbaiki akhlak manusia yang rusak. Pengusaha muslim memiliki kewajiban untuk menjunjung tinggi etika dan moral bisnis Islam, termasuk Husnul Khuluq. Pada tingkatan ini, Allah memperluas akalnya dan membuka pintu pemeliharaan dengan akhlak mulia tersebut. Akhlak yang baik adalah modal dasar yang menghasilkan praktik bisnis yang beretika dan bermoral.

Objek yang diteliti oleh peneliti ini berlokasi di kawasan Waru Sidoarjo. Peneliti menggunakan teori etika bisnis Islam untuk menentukan apakah perilaku bisnis sesuai dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Etika dan ekonomi sangat erat hubungannya. Keduanya saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan. Etika sebagai prinsip moral yang membatasi atau membedakan antara benar dan salah yang dilakukan orang dan bisnis sebagai bentuk aktivitas manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan bagian dari ilmu ekonomi. Dan tidak ada bisnis yang bisa berhasil tanpa hubungan yang baik berdasarkan nilai-nilai yang disepakati di antara para pelaku bisnis. Oleh karena itu, bisnis membutuhkan etika. Kemudian muncul istilah “etika bisnis” (Alma 2009). Etika bisnis adalah prinsip-prinsip moral yang mengatur semua kegiatan pelaku bisnis.

Pelaku bisnis harus mengamalkan etika bisnis Islami yang diajarkan Nabi Muhammad SAW saat berdagang yaitu shiddiq, fatanah, amanah, dan tabligh. Etika bisnis Islam juga menjunjung tinggi semangat saling percaya, kejujuran, berurusan dengan kebenaran dan keadilan. Hal ini sudah diterangkan dalam firman Allah yang berbunyi:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

٩٠

Artinya: “Sesungguhnya, Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (QS. an-Nahl: 90) (RI 2017)

Dari sudut ajaran etika (akhlak) Islam, setiap manusia selalu dituntut untuk berbuat baik bagi dirinya sendiri, sesama manusia, lingkungan dan Tuhan Sang Pencipta. Untuk dapat berbuat baik (ihsan) kepada semua orang, manusia harus memperhatikan tidak hanya kebebasan berkehendak, tetapi juga pada ketuhanan (tauhid), prinsip keseimbangan (balance) atau keadilan. Apalagi semua kehendak akan dipertanggungjawabkan di hadapan Tuhan (tanggung jawab). Kelima konsep tersebut disebut dengan Aksioma Fundamental Etika Bisnis Islam dan umumnya digabungkan menjadi satu kesatuan yang terdiri dari konsep Tauhid, Keseimbangan atau Keadilan (*adliyah*), Kehendak Bebas (*hurriyah*), tanggung Jawab dan Kebajikan/Kebenaran (Ihsan).

Dalam etika bisnis Islam, landasan filosofis yang harus dibangun umat Islam yaitu konsep *hablum minannas dan hablum minallah*. Dengan berpegang pada dasar ini, setiap Muslim yang berbisnis atau melakukan aktivitas apa pun akan merasakan kehadiran Tuhan dalam segala aspek kehidupan. Keyakinan ini harus menjadi bagian penting bagi setiap Muslim ketika melakukan bisnis. Karena berbisnis dalam Islam tidak hanya urusan duniawi, tetapi juga harus diarahkan ke akhirat.

Dengan kerangka pemikiran seperti itulah maka persoalan etika bisnis islam menjadi sorotan penting dalam ekonomi islam. Ada beberapa tokoh muslim yang mempunyai pemikiran terkait dengan etika bisnis islam, salah satunya ialah Yusuf Al – Qaradawi mempunyai pengaruh yang sangat signifikan di seluruh dunia. Pemikiran yang dinamik dan bersesuaian dengan keadaan dan suasana menjadikan

beliau sering menjadi rujukan. Salah satu sumbangan besar Yusuf al – Qaradawi ialah memperknalkan pendekatan dinamik untuk memahami syari’ah.

Berkaitan dengan etika bisnis islam, dalam karyanya yang monumental dalam kitab (*Daurul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqthisadil Islami*). Al – qaradhwai mendeskripsikan dan menjelaskan mengenai pentingnya norma dan etika dalam ekonomi, kedudukanya, serta pengaruhnya dalam lapangan ekonomi yang berbedabeda seperti : Etika dalam bidang Produksi, Etika dalam bidang Konsumsi, Etika dalam bidang Distribusi.

Oleh karena itu, etika dalam berbisnis sudah menjadi kesatuan yang utuh. Pengusaha harus memahami dan mengamalkan etika bisnis Islami. Dengan mengamalkan etika bisnis Islami, setiap kehidupan manusia adalah untuk mencapai kebahagiaan duniawi dengan memperoleh keuntungan materi dan kebahagiaan di akhirat dengan memperoleh keridhaan Allah SWT.

Berdasarkan dari permasalahan di atas maka dapat dikatakan bahwa para pengusaha kampung logam bersaing untuk meningkatkan pendapatan perekonomian dengan ber Etika yang baik dan Islami. Berkaitan dari uraian diatas penulis tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul “**Analisis Persaingan Usaha Kampung Logam Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo)**”

1.2 Identifikasi Dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka masalah yang dapat diidentifikasi pada skripsi yang berjudul “*Analisis Persaingan Usaha Kampung Logam Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi kasus pada PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo)*” adalah sebagai berikut;

- a. Pelaku usaha PT. Elang Jagad belum menerapkan secara sepenuhnya mengenai strategi persaingan usaha secara syari’ah
- b. Pelaku usaha belum memetakan karakteristik bisnis dengan etika jual beli islam
- c. Kurangnya literasi masyarakat tentang keberadaan dan manfaat usaha logam berbasis prinsip syari’ah

2. Batasan Masalah

- a. Penerapan strategi persaingan usaha di PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo
- b. Upaya pelaku usaha PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo dalam meningkatkan persaingan usaha kampung logam ditinjau dari etika bisnis islam menggunakan strategi persaingan usaha syari’ah.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah, dalam penelitian ini penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persaingan usaha Industri Kampung Logam di PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo?
2. Bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam menurut Yusuf Al-Qaradhawi pada persaingan usaha Industri Kampung Logam di PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo?

1.4 Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran kajian kepustakaan yang peneliti lakukan, terdapat beberapa yang terkait dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Berikut ini adalah deskripsi ringkas mengenai kajian penelitian terdahulu terkait dengan permasalahan yang ada pada penelitian ini meliputi :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Putri Wetha Stefhani (2019) dengan judulnya *"Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"*. Hasil dari penelitian ini yaitu sebagian besar pedagang sayur keliling dan warung sayur di desa Banjarrejo belum menerapkan persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis islam. Pedagang sayur keliling dan warung sayur masih sering melakukan kecurangan-kecurangan kepada pembeli. Tingkat kecenderungan para pedagang warung sayur dan pedagang sayur keliling di desa Banjarrejo dalam melakukan kecurangan disebabkan karena tidak ingin mengalami kerugian dalam bertransaksi sehingga dalam hal tersebut justru merugikan orang lain dan perbuatan tersebut bertentangan dengan Prinsip-prinsip etika bisnis islam.

Terlihat jelas bahwa kecurangan dalam berbagai bentuk ini sangat merugikan pihak konsumen. Faktor terbesar seringkali terjadi kecurangan dalam transaksi dipengaruhi oleh motivasi utama para pedagang sayur keliling dan warung sayur yang ingin memperoleh keuntungan sebanyak mungkin dan cenderung mengabaikan motivasi utama dalam berdagang, yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal ini pembeli. Sehingga pembeli dianggap sebagai ladang penghasil uang bukan sebagai mitra bisnis.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Kabul Budiono (2019) dengan judulnya *“Persaingan Bisnis Toko Pinang Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam”*. Hasil dari penelitian ini yaitu persaingan perusahaan menunjukkan keunggulan masing-masing individu dan perusahaan di bidang-bidang seperti perdagangan, produksi, dan senjata. Adanya fakta bahwa perusahaan-perusahaan ini bersaing dalam hal penjualan dan menarik minat konsumen di antara banyak perusahaan dan pengusaha yang bergerak di bidang yang sama menyebabkan persaingan komersial tidak sehat. Persaingan bisnis merupakan suatu keniscayaan dalam kegiatan bisnis. Meski persaingan idealnya memiliki sisi positif, namun seringkali dipandang sebagai kerugian bagi oknum pelaku ekonomi. Landasan moral sangat diperlukan bagi umat Islam untuk menjalankan bisnis dengan baik dan benar sesuai dengan tuntunan agamanya. Islam menghargai kejujuran dan melarang pengkhianatan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Zulkipli (2010) dengan judulnya *“Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pada PT. Asuransi Syari’ah Mubarakah”*. Hasil dari penelitian ini yaitu seiring dengan berkembangnya ekonomi konvensional, menunjukkan bahwa dunia ekonomi saat ini menantang sistem atau konsep ekonomi Islam. Ekonom Islam perlu bekerja lebih keras untuk memastikan bahwa ekonomi Islam, atau ekonomi Syariah, tumbuh pesat dan dipandang baik oleh masyarakat Indonesia. Etika bisnis dalam Islam adalah norma atau aturan di mana kegiatan bisnis dilakukan dengan berpedoman hukum Islam, sehingga semua bisnis seimbang dengan konsep berbasis sosialis. Pada dasarnya terdapat perbedaan konsep dan arah sistem serta filosofi masing-masing perusahaan asuransi di Indonesia. Singkatnya, perusahaan asuransi selalu waspada dalam segala bentuk operasi untuk menegakkan hasil hukum Islam dalam semua kegiatannya..
4. Penelitian yang dilakukan oleh Laili Latifa Puspitasari (2014) dengan judulnya *“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan”*. Hasil dari penelitian ini yaitu beberapa etika bisnis yang dijadikan pedoman dalam prinsip dasar kegiatan usaha serta operasional usaha. Etika bisnis tersebut dibagi menjadi tiga yaitu, etika pemasaran, etika manajemen, dan etika lingkungan. Tiga aspek pembagian etika bisnis tersebut didasari pada kegiatan perekonomian perusahaan secara garis besar terbagi menjadi tiga bagian yaitu : kegiatan manajemen, hubungan antara pemimpin sesama

karyawan ataupun karyawan dengan karyawan dalam menjalankan aktivitas usaha dan operasional perusahaan; kegiatan pemasaran, termasuk di dalamnya produk yang dihasilkan sampai strategi pemasaran perusahaan; kegiatan lingkungan, hubungan sesama perusahaan dengan lingkungan sosial dan lingkungan hidup yang berada di sekitar perusahaan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Erna (2018) dengan judulnya *“Strategi Persaingan Bisnis Caffe Di Kota ParePare”*. Hasil dari penelitian ini yaitu secara umum, persaingan terkait produk pemilik usaha caffe di kota Parepare dalam melaksanakan bisnisnya, mereka memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki. Persaingan mengenai harga yang terjadi pada pemilik usaha caffe di kota Parepare ialah hal yang wajar terjadi, tetapi penetapan harga mereka tergantung biaya produksinya dan sasaran penjualnya. Persaingan yang terjadi kepada pemilik usaha caffe sudah sesuai dengan etika bisnis islam yang ada, hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis islam yang diterapkan. Prinsip-prinsip tersebut dalam etika bisnis islam yaitu prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggung jawaban, dan prinsip keadilan.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Asep Nano Romansyah (2019) dengan judulnya *“Tinjauan Yuridis Persaingan Usaha Antara Taksi Dan Angkutan Berplat Hitam Di Yogyakarta”*. Hasil dari penelitian ini yaitu meskipun taksi tradisional tidak mengangkut penumpang di beberapa tempat, seperti

Adisucipto, persaingan antara taksi tradisional dan taksi plat hitam yang tidak tersedia secara online biasanya tidak terlihat. Bandara diperbolehkan di daerah tersebut. Yang lebih menonjol adalah persaingan antara taksi plat hitam online dan taksi tradisional, dengan kehadiran taksi plat hitam online memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan taksi plat kuning. Dengan demikian, dalam situasi saat ini, perselisihan sering muncul di antara kedua belah pihak ketika taksi plat hitam mengambil penumpang di lokasi taksi plat kuning menunggu penumpang.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Muhidin Riski (2016) dengan judulnya *“Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam”*. Hasil dari penelitian ini yaitu suatu jenis bisnis yang mampu bertahan dalam menghadapi permasalahan yang ada dan mereka yang mampu menang dalam persaingan usaha ialah mereka yang mampu membaca peluang pasar dengan memenuhinya dan memproduksi apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Setiap bisnis pasti mempunyai kendala dalam pemasaran, kendala ialah suatu permasalahan yang ada dalam suatu usaha yang menyebabkan kesulitan bisnis tersebut untuk berkembang.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Brian Indrajaya (2019) dengan judulnya *“Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karang Lewas”*. Hasil dari penelitian ini yaitu jika dilihat berdasarkan tujuan persaingan, bentuk persaingan usaha yang terjadi di pasar Kliwon Karang

Lewas antara lain persaingan produk (komoditas), persaingan harga, dan persaingan jasa. Pedagang berusaha menyediakan barang yang dicari pembeli, saling memberikan barang yang berkualitas, menawarkan harga yang wajar, dan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada pembeli. Etika bisnis Islami antar pedagang di pasar Kliwon Karang Lewas mengenai persaingan usaha antar pedagang sembako di pasar didasarkan pada lima prinsip: 1) prinsip tauhid (kesatuan), 2) prinsip keseimbangan (equilibrium) dan 3) prinsip kehendak bebas (ikhtiyar), 4) prinsip-prinsip tanggung jawab dan 5) kebenaran.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Ita Hayati Febriyanti (2020) dengan judulnya “*Analisis Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian Di Pasar Kapasan Suarabaya Dalam Perspektif Jual Beli Islam*”. Hasil dari penelitian ini yaitu Persaingan antar pelaku usaha dilakukan untuk menarik konsumen dengan menawarkan harga yang baik serta kualitas barang dan jasa yang baik. Islam menghalalkan perdagangan dan jual beli. Dalam dunia bisnis memang perlu ada persaingan, namun para pelaku bisnis harus memiliki aturan atau tata cara khusus yang mengatur bagaimana mereka menjalankan bisnis agar umat Islam mendapat berkah dari Allah di dunia dan di akhirat, Anda harus menerapkan aturan.
10. Penelitian yang dilakukan oleh Selia Madalika (2017) dengan judulnya “*Persaingan Usaha Showroom Motor Bekas Ditinjau Dari Ekonomi Islam*”. Hasil dari penelitian ini yaitu persaingan terkait harga yang terjadi

diantara para pebisnis showroom motor bekas ialah hal yang wajar terjadi, para pebisnis yang menjual motor-motor second (bekas) berlomba lomba memberikan harga khusus untuk para konsumennya agar menarik peminat pembeli. Namun ada juga pedagang yang membanting harga untuk para pembeli, hal ini akan membuat pedagang yang lain merasa hal demikian untuk menghancurkan bisnisnya.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persaingan usaha Pengelola Industri Kampung Logam di PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo
2. Untuk mengetahui tinjauan Etika Bisnis Islam menurut Yusuf Al-Qaradhawi pada persaingan usaha Pengelola Industri Kampung Logam di PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo

1.6 Manfaat Penelitian

1) Aspek Teoritis

a) Bagi Peneliti

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, serta pengalaman baru bagi peneliti mengenai strategi persaingan usaha kampung logam ditinjau dari etika bisnis islam pada PT. Elang Jagad Ngingas Sidoarjo Cabang Waru.

b) Bagi Fakultas/Program Studi

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya bagi fakultas ekonomi dan bisnis

islam program studi ekonomi syari'ah mengenai strategi persaingan usaha kampung logam ditinjau dari etika bisnis islam pada PT. Elang Jagad Ngingas Sidoarjo Cabang Waru.

2) Aspek Praktis

a) Bagi peneliti

Hasil penelitian ini membuat peneliti dapat mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan mengetahui secara langsung etika kerja islam pada kinerja pebisnis. Selain itu dapat menambah pengalaman peneliti dalam bidang strategi persaingan usaha logam pada PT. Elang Jagad Cabang Waru.

b) Bagi PT. Elang Jagad

Hasil penelitian ini dapat memberikan suatu masukan dan bahan pertimbangan yang bermanfaat agar kinerja PT. Elang Jagad Cabang Waru semakin baik dan semakin maju.

c) Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat mengetahui strategi persaingan usaha kampung logam Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam oleh PT. Elang Jagad Ngingas Sidoarjo Cabang Waru.

1.7 Definisi operasional

1. Persaingan Usaha

Semua kegiatan usaha, terutama yang dilakukan dalam rangka produksi desa logam, memerlukan apa yang disebut persaingan antar pelaku usaha.

Persaingan bisnis adalah proses dimana semua bisnis mencoba menarik pelanggan/pembeli untuk produk yang mereka jual. Misalnya membedakan produk, promosi, perubahan harga, dll. Persaingan bisnis dalam Islam setidaknya memiliki tiga unsur. Pihak yang bersaing, sifat persaingan, dan item terkait (termasuk harga, lokasi, produk, layanan, dan purna jual). Persaingan para pelaku usaha Kampung Logam Ngingas Sidoarjo Cabang Waru adalah bentuk persaingan untuk mendapatkan perhatian pembeli dengan cara yang berbeda-beda.

2. Etika Jual Beli Islam

Etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang yang lain.

Kebiasaan ini memanifestasikan dirinya sebagai pola perilaku yang diulang-ulang sebagai kebiasaan. Definisi jual beli menurut syariah, merupakan pertukaran barang antara dua orang atau lebih berdasarkan preferensi bersama mereka.

Oleh karena itu, etika jual beli muslim adalah etika yang mengatur pergerakan barang dari satu sisi ke sisi lain. Etika dalam jual beli umat Islam diberkahi dengan beberapa prinsip: jujur, tidak bersaing dengan pedagang lain, murah hati, santai, qonaah, amanah, dan menaati perintah Allah.

3. PT. Elang Jagad

Usaha produksi kampung logam ialah pusat produksi terbesar di Sidoarjo Cabang Waru. Produksi Kampung Logam berlokasi di jalan Kolonel Sugiono Ngingas Kec. Waru Kab. Sidoarjo, yang menjadi daerah singgah orang Madura dan percinaan di Sidoarjo. Secara umum, persaingan usaha kampung logam merupakan perseteruan atau rivalitas pelaku bisnis. Salah satunya PT. Elang Jagad yang memproduksi, mendistribusikan, dan mengolah logam.

1.8 Metode Penelitian

A. Pendekatan Penelitian

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong & Lexy J, 2005).

Adapun jenis pendekatan penelitian ini ialah deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data.

Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai PT. Elang Jagad dan strategi persaingan usaha yang diterapkan oleh PT. Elang Jagad untuk mendapatkan konsumen atau pelanggan.

B. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan yaitu data yang perlu dikumpulkan guna menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah. Dan dikumpulkan berkaitan dengan strategi persaingan usaha.

C. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data diperoleh. Sumber data yang terdapat dalam penelitian ini terdiri data primer dan data sekunder. Adapun sumber data yang dikumpulkan sebagai berikut;

- 1) Data primer yaitu data yang diambil dari sumber primer. Data primer diperoleh dari pemilik bisnis PT. Elang Jagad kampung logam Ngingas Sidoarjo cabang Waru, pegawai PT. Elang Jagad Cabang Waru.
- 2) Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku-buku, catatan Pemilik Bisnis, jurnal atau situs internet yang mendukung berkaitan dengan pembahasan dalam skripsi.

D. Tehnik Pengumpulan Data

- 1) Observasi

Observasi adalah teknik pengamatan berdasarkan pengalaman langsung. Teknik ini juga memungkinkan kita untuk mengamati diri kita sendiri serta merekam tindakan dan kejadian yang terjadi dalam keadaan sebenarnya. PT. Elang Jagad Cabang Waru.

- 2) Wawancara

Wawancara merupakan proses percakapan yang bertujuan untuk mempelajari seseorang, peristiwa, aktivitas, organisasi, minat, motivasi, emosi, dll., dan dilakukan oleh dua orang, pewawancara mengajukan pertanyaan terhadap orang yang diwawancarai. Dalam hal ini, peneliti mengajukan daftar pertanyaan untuk dijawab oleh informan. Pertanyaan ini ditujukan langsung kepada karyawan PT. Elang Jagad Cabang Waru.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kumpulan bahan dan penelitian yang dilakukan oleh lembaga dan perusahaan terkait penelitian. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti buku, undang-undang, foto, artikel, jurnal, dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan persaingan bisnis desa logam ditinjau dari etika bisnis Islam. PT. Elang Jagad Cabang Waru digunakan oleh peneliti sebagai landasan teori atas permasalahan yang dibahas.

E. Tehnik Pengolahan Data

- 1) Editing adalah proses mereview informasi yang telah diperoleh peneliti. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data yang relevan dengan analisis strategi bersaing perusahaan kampung logam dari perspektif etika bisnis syariah (studi kasus pada PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo).

- 2) Organizing, yaitu penataan ulang sistematis data yang diperoleh dalam penelitian dalam kerangka pemaparan masalah yang direncanakan. penulis mengelompokkan data yang diperlukan untuk dianalisis dan menyusun kembali data tersebut secara sistematis untuk memudahkan penulis melakukan analisis.
- 3) Analyzing, proses menganalisis data yang diperoleh peneliti untuk menemukan suatu hasil, kemudian proses penalaran, dalam hal ini jawaban atas rumusan masalah. Dalam hal ini, peneliti menganalisis strategi persaingan perusahaan dalam ekspansi bisnis (studi kasus pada PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo).

F. Tehnik Analisis Data

Data yang berhasil dikumpulkan dievaluasi secara deskriptif. Data yang digunakan dan dikumpulkan adalah hasil wawancara berupa dokumentasi, observasi, dan wawancara verbal. Selain itu, data yang dibutuhkan telah diisi. Selain itu, validasi dilakukan untuk memeriksa apakah data sudah benar. Peneliti kemudian menarik kesimpulan dari data yang diperoleh

1.9 Sistematika Skripsi

Sistematika skripsi memuat uraian dalam bentuk essay yang memberikan gambaran mengenai alur logis dari struktur bahasan pada skripsi. Agar dapat

dengan mudah dipahami, maka disusun tahapan-tahapan penelitian pada skripsi atau yang biasa disebut dengan sistematika skripsi, yang meliputi;

- Bab I, Pendahuluan. Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, definisi operasional, dan sistematika skripsi.
- Bab II, Kajian Pustaka. Bab ini peneliti memaparkan penelitian sebelumnya, teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang dibahas. Teori yang dibahas mengenai analisis strategi persaingan usaha kampung logam ditinjau dari etika bisnis islam.
- Bab III, Metode penelitian. Bab ini peneliti menjelaskan pendekatan penelitian yang digunakan, kerangka konseptual, pembatasan masalah, diskripsi data yang telah dikumpulkan, sumber data, tehnik pengumpulan data, pengolahan data, dan juga analisis data.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Persaingan Usaha

Persaingan adalah suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan yang difokuskan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang kepada konsumen.

Persaingan usaha menunjukkan keunggulan masing-masing individu dan perusahaan di bidang-bidang seperti perdagangan, produksi, dan senjata. Adanya fakta bahwa perusahaan-perusahaan ini bersaing dalam hal penjualan dan menarik minat konsumen di antara banyak perusahaan dan pengusaha yang bergerak di bidang yang sama menyebabkan persaingan yang tidak sehat. Persaingan merupakan suatu keniscayaan dalam kegiatan bisnis. Meski persaingan idealnya memiliki sisi positif, namun seringkali dipandang sebagai kerugian bagi oknum pelaku ekonomi.

Persaingan usaha ialah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses perubahan value dari satu inisiator kepada stakeholders nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip etika jual beli islam.

2.2 Strategi Persaingan Usaha

Strategi persaingan usaha dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan pelaku usaha secara menyeluruh. Dipandang

dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen pelaku usaha dalam menjalankan kegiatannya, alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi persaingan adalah semakin kerasnya persaingan pelaku usaha pada umumnya.

Menurut (Bob Widyahartono, 1998), krisis moneter memacu praktek bisnis profesional dengan strategi persaingan yang berfokus dalam memasuki pasar era global harus terus meningkatkan kemampuan bersaingnya. Kemampuan itu adalah kesanggupan untuk bisnis memenangkan pangsa pasar atau minimal mempertahankan pangsa yang sudah dimilikinya.

2.3 Jenis-jenis persaingan usaha

1) Persaingan Sehat (*perfect competition*)

Menjamin persaingan di pasar yang *inheren* dengan pencapaian efisiensi ekonomi di semua bidang kegiatan usaha dan perdagangan, menjamin kesejahteraan konsumen serta melindungi kepentingan konsumen, membuka peluang pasar yang seluas luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu. Seperti yang dikatakan sebelumnya, jika sebuah perusahaan memiliki keunggulan produk, ia dapat bertahan dalam menghadapi persaingan. Tentu saja, peningkatan layanan konsumen juga menjadi prioritas. Ketika sejumlah besar pelaku usaha bersaing, pendapatan akan menurun. Untuk memenangkan persaingan, para pelaku usaha seringkali harus memangkas harga untuk menarik pelanggan. Namun, pemotongan harga

ini hampir selalu menghasilkan keuntungan yang lebih rendah. Akibatnya, wajar jika pelaku korporasi memilih untuk tidak bersaing. Mereka melakukannya untuk memonopoli pangsa pasar dengan menghilangkan pesaing secara tidak adil (antipesaingan). Kegiatan dan praktik anti persaingan, serta perilaku yang termasuk dalam kategori tindakan anti persaingan.

a. Penetapan harga (*Price fixing*)

Penetapan harga adalah praktik anti-persaingan yang dapat berlangsung secara vertikal atau horizontal dan dianggap sebagai hambatan perdagangan karena mengurangi persaingan harga. Penetapan harga membatasi kemampuan untuk menentukan harga secara bebas

b. Tindakan Boikot

Dalam konteks persaingan bisnis, boikot adalah tindakan berkumpulnya suatu kelompok untuk menolak berbisnis dengan pihak tertentu. Akibatnya, boikot adalah tindakan kolektif yang dilakukan oleh sekelompok pengecer yang menolak untuk membeli barang-barang perusahaan tertentu yang tidak mereka sukai dengan alasan apa pun.

c. Segmentasi Pasar Horisontal

Ini adalah salah satu aktivitas yang mungkin dilakukan oleh perusahaan yang bersaing satu sama lain dalam bisnis untuk menghindari persaingan.

Idenya adalah untuk mengurangi persaingan dengan mengidentifikasi pasar yang dapat dikuasai sepenuhnya oleh setiap pesaing.

- d. Pembatasan perdagangan secara vertical dengan menggunakan alat selain harga

Bagaimana perdagangan dapat terhambat ketika sebuah perusahaan di satu tingkat bisnis menetapkan harga yang mengikat perusahaan lain di tingkat bisnis yang lebih rendah.

- e. Diskriminasi Harga

Perusahaan yang bertujuan untuk mengembangkan atau membuka pasar baru untuk produk mereka sering menggunakan diskriminasi harga, yang mengharuskan pembebanan harga yang lebih rendah kepada pelanggan tetap. Dari perspektif konsumen, diskriminasi harga dapat menguntungkan jika termasuk di antara pelanggan yang dikenakan biaya lebih murah.

- f. *Bid-rigging*

Tindakan anti persaingan antar pelaku usaha yang seharusnya saling menawar dalam lelang. Secara sederhana, ini adalah kesepakatan untuk memilih pemenang dari penawaran lelang daripada bersaing dengan menetapkan harga penawaran.

g. Penyalahgunaan Posisi Dominan

Ketika seorang pelaku usaha menggunakan kontrak komunitas untuk mempertahankan dominasi ekonomi agar kliennya tidak menghubungi pesaingnya, dia telah menyalahgunakan posisi dominannya.

2) Persaingan Tidak Sehat (*Unperfect Competition*)

Perilaku anti persaingan dan persaingan curang adalah dua jenis persaingan tidak sehat.

a. Tindakan yang anti persaingan

Tindakan anti persaingan adalah tindakan yang menghalangi atau mencegah berlangsungnya persaingan, yaitu tindakan yang menghalangi atau mencegah berlangsungnya persaingan. Bentuk tindakan ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang ingin mempertahankan posisi dominan dengan melarang atau memberhentikan pesaing secara sewenang-wenang. Monopoli, kartel, dan posisi dominan merupakan contoh persaingan tidak sehat.

b. Persaingan Curang

Perbedaan mendasar antara "tindakan anti-persaingan" dan "Tindakan persaingan curang" adalah bahwa keduanya mengikuti pola yang sama dalam hal dianggap sebagai perilaku perusahaan yang negatif. Konsep persaingan curang didasarkan pada pertimbangan etika usaha, tindakan-tindakan tersebut

dapat dikategorikan sebagai metode persaingan curang yang dapat didefinisikan, sebagai berikut:

- 1) menyebar informasi palsu tentang produk pesaing,
- 2) meremehkan produk pesaing,
- 3) menyerang pribadi pesaing,
- 4) mengganggu penjual produk pesaing,
- 5) merusak produk pesaing.

Monopoli menetapkan harga ketika pendapatan marjinal sama dengan pendapatan marjinal, atau lebih sering dikenal sebagai penawaran sama dengan permintaan, dalam ekonomi Islam. Dalam hadits dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah bersabda, *“Barangsiapa yang melakukan ikhtisar untuk merusak harga pasar sehingga harga naik secara tajam maka ia akan berdosa.”* (HR Ibnu Majah,Ahmad).

Lebih jauh lagi Islam membolehkan siapa saja memasuki bisnis apa saja yang halal. Tidaklah dikenal adanya halangan masuk bagi pesaing baru. Dengan masuknya pesaing-pesaing baru, penawaran akan makin banyak sehingga penjual menentukan harga pada saat biaya marginal sama dengan biaya rata-rata dengan pendapatan rata-rata. Jelas Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga, sekaligus melindungi hak keduanya, dengan demikian pemerintah berfungsi selalu mengaju pada kemaslahatan orang banyak tanpa harus bersikap mendua.

2.4 Persaingan Usaha Dalam Islam

Saat menjual barang, seorang Muslim harus jujur dan memberi kesan positif pada pembeli. Demikian pula, ketika seorang Muslim membeli sesuatu, dia harus bersikap baik. Alih-alih bertengkar dengan penjual, cobalah melakukan transaksi yang kooperatif. Menurut Islam, persaingan dagang harus sehat, adil, dan jujur, serta menjalin silaturahmi untuk mempererat tali persaudaraan. Kebebasan bersaing individu dibatasi oleh etika dan moral Islam, atau masih diatur oleh aqidah, yang memungkinkan seseorang untuk mencerminkan persaingan sesuai dengan ajaran Islam.

Persaingan yang baik yang dilakukan dengan cara yang baik juga sesuai dengan agama Islam bahwa apapun yang dilakukan terhadap manusia harus dilakukan dengan cara yang baik dan tidak boleh dilakukan dengan cara yang negative agar Allah meridhoi dunia dan akhirat. Al Quran menjelaskan dalam QS Al-Qasas ayat 77 menjelaskan mengenai konsep persaingan dalam islam.

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

77. Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan. (QS Al-Qasas ayat 77)

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturanaturannya yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Minimal ada tiga unsur yang perlu dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam yaitu: pihak-pihak yang bersaing, cara persaingan, dan produk yang dipersaingkan.

1. Pihak-pihak yang bersaing

Manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis. Ia akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangannya tentang bisnis yang digelutinya termasuk persaingan yang terjadi di dalamnya. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang diperoleh adalah rezeki yang merupakan karunia yang telah ditetapkan Allah. Tugas manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rezeki dengan cara yang sebaik-baiknya. Salah satunya dengan jalan berbisnis, ia tidak akan takut akan kekurangan rezeki atau kehilangan rezeki hanya karena anggapan rezeki itu di ambil pesaing. Hal ini dijelaskan dalam ayat Al-quran Al-Mulk ayat 15.

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki- Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”

Keyakinan bahwa rezeki semata-mata datang dari Allah SWT akan menjadi kekuatan ruhiyah bagi seorang pembisnis muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama berbisnis, ia

senantiasa sandarkan segala sesuatunya kepada Allah. Manakala bisnisnya memenangkan persaingan, ia bersyukur. Sebaliknya, ketika terpuruk dalam bersaing, ia bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya. Seorang muslim akan memandang bahwa bisnis hanyalah sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk mencari karunianya yang tersebar di seluruh penjuru bumi. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar memenangkan “persaingan”. Bagi seorang muslim persaingan adalah berebut menjadi yang terbaik, terbaik dalam produk yang bermutu, harga bersaing “tidak membanting harga, maupun merugikan konsumen”, dan dengan pelayanan total. “Dan Kami jadikan malam sebagai pakaian. Dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan.”

Dalam Qur“an Surat an-Naba“ 10-11 dijelaskan bahwa dalam hal kerja, Islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana Allah telah memerintahkan umatnya untuk berlombalomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

2. Cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Karenanya persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus

dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal, seorang pembisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja, tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu diartikan juga memberikan “servis” dengan hal yang dilarang syariah. Pemberian suap untuk memuluskan negosiasi, misalnya, jelas dilarang syariat. Atau dengan cara memberikan umpan perempuan, sebagaimana telah menjadi hal lumrah dalam praktik bisnis sekarang.

Dalam berhubungan dengan rekan bisnis, setiap pebisnis muslim harus memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi. Misalnya, memberikan sampel produk dengan kualitas yang sangat baik, padahal yang dikirimkan itu memiliki kualitas jelek. Rasulullah saw. memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Itu bukan berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebut spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Secara alami, hal seperti itu ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya. Sementara itu, Negara harus mampu

menjamin terciptanya sistem yang kondusif dalam persaingan. Pemerintah tidak diperkenankan fasilitas khusus pada seorang atau sekelompok pebisnis tentang teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, hak monopoli, atau penghapusan pajak.

3. Produk (barang dan jasa) yang dipersaingkan

Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:

a. Produk

Produk usaha bisnis yang dipersaingkan baik barang maupun jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitas terjamin dan berdaya saing.

b. Harga

Bila ingin memenangkan persaingan, maka harga harus kompetitif. Dalam hal ini tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.

c. Tempat

Tempat harus baik, bersih, sehat dan nyaman agar dapat menarik pelanggan.

d. Pelayanan

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

e. Layanan purna jual

Layanan purna jual ini merupakan servis yang diberikan kepada konsumen untuk sesuai akad yang telah disepakati. Banyak faktor yang dapat memengaruhi apakah suatu perusahaan menjadi pesaing kita atau tidak. Pesaing dapat dilihat dari sisi industri, harga, bahkan segmen pasar. Penentuan pesaing sangatlah penting karena hal tersebut sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa “hanya 20%, pemasar yang dapat mengidentifikasi pesaingnya dengan tepat, sementara 80% lebihnya salah sasaran”.

“Jangan membunuh pesaingmu, agar kamu tidak kehilangan rasa bersaing”, hal ini perlu diperhatikan. Persaingan itu jangan kita lihat sebagai ancaman, dimana kita harus memenangkan bahkan mematikan pesaing, justru sebaliknya dengan adanya persaingan, maka perusahaan kita selalu mempunyai rasa bersaing yang membawa kita pada perbaikan perusahaan, baik proses di dalam, manajemen, kualitas produk yang bisa memberikan nilai tambah serta kepuasan kepada seluruh pihak yang berkepentingan, terutama pihak pelanggan, pemilik dan karyawan. (Utary, 2016)

2.5 Etika Bisnis Dalam Islam

Etika mengacu pada nilai-nilai, cara dan aturan hidup yang baik, dan semua kebiasaan yang diwariskan dan diturunkan ke generasi selanjutnya. Kebiasaan ini memanifestasikan dirinya sebagai pola perilaku yang diulang-ulang sebagai suatu kebiasaan.

Islam menghalalkan perdagangan, jual beli, dan tawar menawar. Dalam dunia bisnis memang perlu ada persaingan, namun para pelaku bisnis harus memiliki tata cara yang mengatur bagaimana mereka menjalankan bisnis agar umat Islam mendapat berkah dari Allah di dunia dan di akhirat.

Etika bisnis Islam mengacu pada dua sumber yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Dari dua sumber ini dapat mengarahkan dan membimbing perilaku individu. Muslim terlibat dalam ibadah, tindakan, dan kegiatan. Dari sini, etika bisnis Islami mengacu pada sistem kehidupan individu masyarakat dalam menjalankan kegiatan komersial atau bisnis, yang harus selalu berpegang pada prinsip-prinsip Islam. Adapun landasan Hukumnya sebagai berikut: Q.S. An-Nisa'/4: 29. Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

(Q.S. An-Nisa/4: 29).²⁰

Menurut ayat di atas, adalah haram mencuri milik orang lain dengan cara yang sia-sia (tidak benar), kecuali melalui perdagangan berdasarkan kesepakatan bersama. Harta dapat diperoleh melalui jual beli atau dengan jual beli berdasarkan kerelaan kedua belah pihak tanpa paksaan. Sebab, walaupun ada uang atau penggantinya, jual beli dengan paksa adalah haram. Tidak boleh ada unsur ketidakadilan terhadap orang lain, baik individu maupun masyarakat, dalam mengejar kemakmuran, misalnya mencuri, riba, berjudi, korupsi, menyontek,

menyontek, menurunkan timbangan, menyuap, dan cara-cara lain untuk mendapatkan harta untuk keuntungan pribadi.

Selanjutnya, Allah menentang bunuh diri karena itu adalah bentuk penghancuran diri dan orang yang melakukannya tidak beriman kepada kebaikan dan pertolongan Allah. Islam telah menetapkan pedoman berupa norma dan etika dalam berbisnis untuk memastikan bahwa pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki rasa tanggung jawab yang besar. (nurhidayah, 2022)

Persaingan usaha adalah persaingan antar perusahaan. Persaingan antar pelaku usaha dilakukan untuk menarik konsumen dengan menawarkan harga yang baik serta kualitas barang dan jasa yang baik, serta pandangan etika perdagangan Islami terhadap persaingan usaha di Kampung Logam Ngingas Cabang Waru Sidoarjo.

2.6 Etika Bisnis Islam Menurut Yusuf Al Qaradhawi

Menurut Yusuf Qaradhawi, Islam didasarkan pada pengertian kebebasan yang mengikat, yang diartikan sebagai kebebasan yang berdasarkan keadilan, hukum agama, dan etika. Dalam aturan perdagangan Islam, ada standar, etika agama, dan kasih sayang yang menciptakan kerangka dasar untuk pasar Islam yang bersih, termasuk norma-norma berikut:

- a. Perdagangan barang ilegal dilarang.

Menurut Qardhawi Larangan mengedarkan barang-barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahtangankan, atau dengan cara lain yang memudahkan peredarannya, merupakan syariat Islam yang pertama.

Media informasi yang menyebarkan ide-ide koruptif, hiburan yang berdampak merugikan, dan segala sesuatu yang mengikis agama dan etika umat Islam termasuk di antara produk-produk yang dilarang peredarannya.⁶⁴ Mengedarkan barang yang berpotensi merugikan orang lain menempatkan perusahaan dalam risiko dan bertentangan dengan etika bisnis.

b. Benar, menjunjung tinggi amanah, dan jujur.

a. Benar (lurus)

Yang benar merupakan sifat-sifat para Nabi, serta semangat iman, yang merupakan ciri dasar orang beriman. Agama tidak akan terbentuk atau stabil jika tidak didasarkan pada kebenaran. Di sisi lain, mentalitas orang munafik termasuk berbohong. Masalah paling serius di pasar saat ini adalah penggunaan penipuan dan kesia-siaan yang meluas, seperti kebohongan dan barang iklan serta penetapan harga. Akibatnya, kebenaran adalah salah satu sifat paling penting dari para saudagar yang berkenan kepada Allah.

b. Menepati amanat

“Dan orang-orang yang memenuhi persyaratan,” firman Allah tentang orang-orang mukmin yang beruntung (yang dipikulnya dan janjinya). Menurut Qardhawi, amanatnya adalah mengembalikan hak kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu di luar haknya, dan tidak membahayakan hak orang lain dengan menurunkan harga atau upah.

c. Jujur

Seorang pedagang harus jujur, selain benar dan memegang amanat, agar orang lain merasakan kebaikan dan kebahagiaan yang diinginkannya, dengan mengatasi segala kekurangan barang dagangan yang disadarinya tetapi tidak terlihat oleh pedagang. konsumen. Apabila seorang pedagang berlaku jujur maka akan mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan yang diinginkan.

c. Keadilan dan tidak adanya kepentingan terlarang (riba)

a. Adil

Dalam semua elemen ekonomi, menurut Islam, keadilan adalah standar yang paling mendasar. Hal ini tercermin dalam Al-Qur'an, yang menyatakan bahwa tujuan agama ilahi adalah keadilan. Padahal, salah satu gelar Allah adalah keadilan. Tirani adalah kebalikan dari keadilan, dan itu adalah sifat yang dilarang Allah untuk diri-Nya sendiri, dan juga untuk hamba-hamba-Nya: "Wahai hamba-Ku, aku mengharamkan kezaliman terhadap diriku dan kepadamu, oleh karena itu janganlah kamu bergaul satu sama lain." menindas. Allah menyukai orang-orang yang bertakwa dan membenci, bahkan mengutuki, orang-orang yang zalim. Islam mencegah *bai'ul gharar* karena ketidaktahuan terhadap kondisi suatu barang itu merugikan satu pihak dan bisa menimbulkan tindakan zalim. Demikian pula, dilarang mengadakan muamalah yang didalamnya terdapat unsur penipuan. Jika kadar penipuan itu tidak terlalu besar mungkin masih bisa dimaklumi, tetapi kalau sangat besar maka tidak bisa ditolerir. Jika suatu jual beli terjadi karena

suatu alasan, hukumnya sah namun tercela menurut agama. Alasannya, di dalamnya terdapat unsur “ mengambil kesepakatan dari orang yang terpaksa menjual barang miliknya”, sebab pembeli akan mendapatkan harga di bawah standar.

b. Haramnya Riba

Pelarangan muamalah dengan riba adalah salah satu tanda keadilan. Allah dan Rasul-Nya, menurut Al-Qur'an, memerangi para pelakunya. Nabi saw. Menilai riba tergolong tujuh mubiqat, yang melibatkan dan merugikan individu dan masyarakat, dunia, dan akhirat, termasuk menilai riba. Nabi mengutuk pemakan dan lintah darat, serta penulis dan dua saksinya, menyatakan bahwa "mereka semua sama" dalam berbuat dosa, terlepas dari beratnya kesalahan mereka. Riba sangat di haramkan dalam Islam karena termasuk dalam dosa besar

d. Kasih sayang dan larangan terhadap monopoli

Kasih sayang dijadikan Allah lambang dari risalah Muhammad saw. Firman Allah:” Dan tidaklah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam. Nabi sendiri menyifati dirinya dengan kasih sayang. “saya adalah seorang yang pengasih dan mendapat petunjuk,” kata beliau. Dalam hal ini, Islam mewajibkan seorang pedagang untuk mencintai manusia, dan fokus utamanya tidak untuk mendapatkan keuntungan sebanyak banyaknya. Bayangan norma pasar itulah yang ingin diterapkan oleh Islam. Kemanusiaan secara keseluruhan menghormati yang lemah, yang kuat membantu yang

lemah, yang bodoh belajar dari yang bijak, dan kemanusiaan secara keseluruhan menentang ketidakadilan. Menurut konsep materialisme dan kapitalisme, pasar seharusnya tidak lebih dari sebuah hutan, tempat di mana yang kuat menerkam yang lemah, yang kuat menginjak yang lemah, dan mereka yang kuat dan berani harus diberi penghargaan dengan kehormatan. Bukan yang terbesar dan paling mulia, tapi yang terburuk. Selain riba, Islam melarang monopoli, yang merupakan faktor yang berkaitan dengan pengertian kapitalisme. "Menahan barang dari peredaran di pasar sehingga harga naik" adalah apa yang dimaksud dengan monopoli. Jika monopoli ini dilakukan secara berkelompok, maka disebut sebagai "transnasional" atau monopoli dari sector hulu ke hilir. Nabi bersabda, "yang melakukan monopoli itu salah atau berdosa." Salah adalah kata untuk Fir'aun dan Haman. "sesungguhnya Fir'aun dan Haman beserta tentaranya adalah orang-orang yang bersalah."⁶⁷ Dalam usaha kita wajib untuk saling membantu atau saling tolong-menolong bukan hanya memikirkan tentang usaha kita tetapi juga orang lain. Islam mengharamkan praktik monopoli karena resikonya sangat merugikan jika dilakukan dan tanpa memikirkan bagaimana kondisi pesaing lainnya.

e. Menumbuhkan Toleransi, Persaudaraan, dan Sedekah

a. Toleransi

Toleransi dan penghindaran tindakan eksploitatif adalah dua prinsip penting. Tindakan eksploitasi merambah ranah perdagangan, khususnya perdagangan yang dilakukan di bawah naungan kapitalis. "Allah menyukai

umat-Nya yang toleran ketika menjual, toleran ketika membeli, dan toleran dalam mencari haknya,” sabda Nabi, menurut Jabir bin Abdullah.

b. Menjaga hak-hak orang lain

Salah satu nilai yang harus dijaga untuk menjaga persaudaraan adalah perlindungan hak orang lain. Islam prihatin jika orang-orang dalam sistem kapitalis mengabaikan kesulitan etis seperti tidak mendengarkan perasaan orang lain, tidak memahami moralitas ekonomi, dan semata-mata mengejar keuntungan. Pihak ketiga tidak diizinkan untuk bergabung dalam tawar-menawar antara penjual dan pembeli sampai kedua belah pihak menyelesaikan transaksi mereka. Ini sesuai dengan ajaran Nabi dalam banyak hadits.

c. Sedekah yang sebenarnya

Untuk menjaga bisnis mereka bebas dari penipuan, ketidakjujuran, dan kebohongan, Islam menyarankan para pedagang untuk menyumbang sebanyak mungkin amal. Nabi berkata, “Wahai, para pedagang! Sesungguhnya jual beli diiringi tipu daya dan sumpah palsu maka jernihkanlah lewat sedekah. ”Tidak ada jumlah yang ditetapkan untuk sedekah; itu sepenuhnya tergantung pada kemurahan hati masing-masing pelaku. Berdasarkan hadits ini, Ibnu Hazm mengemukakan argumentasi bahwa para pedagang tidak diwajibkan berzakat tetapi diwajibkan mengeluarkan sedekah.

f. Bekal pedagang menuju akhirat

Satu pelajaran yang tidak boleh dilupakan adalah bahwa seorang Muslim tidak melupakan agamanya sambil menghasilkan jutaan dolar melalui perdagangan dan transaksi. Dia tidak mengabaikan hukum agama, khususnya doa, yang merupakan penghubung abadi antara manusia dan tuhan-Nya. “Maha Suci Allah di masjid-masjid yang diperintahkan untuk dipuja dan nama-Nya disebut di dalamnya, pada waktu nasi dan petang,” firman Allah tentang para pahlawan di rumah-Nya (masjid). Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan dia mendirikan sembahyang dan membayar zakat. Mereka takut kepada sesuatu yang dihari itu hati dan penglihatan mereka menjadi guncang. Muslim memiliki pola pikir yang sama. Dia mendapatkan uang dengan menjual, membeli, dan menyediakan layanan. Semua itu dilaksanakannya setiap hari walaupun pada hari jumat karena Islam tidak mengharamkan bekerja pada hari itu, sebagaimana Yahudi mengharamkan kerja pada hari sabtu.

Kebaikan, prestasi, dan kemajuan perusahaan semuanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kejujuran dan keuletan seorang pebisnis. Kebaikan, kesuksesan, dan kemajuan serta kelangsungan usaha pasti akan terjaga jika usaha dijalankan dengan kejujuran, amanah, adil, kasih sayang, persahabatan, dan kasih sayang. Namun, jika bisnis dijalankan melalui riba, penipuan, penimbunan barang, monopoli, dan tindakan yang merusak lingkungan dan membahayakan keselamatan orang lain, kelangsungan hidup jangka panjang bisnis akan terancam.(Nurhidayah, 2022)

Berkaitan dengan etika bisnis Islam, dalam karyanya yang monumental *Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtishadil Islami*, al Qaradhawi mendeskripsikan dan memaparkan tentang pentingnya norma dan etika dalam ekonomi, kedudukannya, dan pengaruhnya dalam lapangan ekonomi yang berbeda-beda seperti; bidang produksi, konsumsi, dan bidang distribusi.

a. Etika dalam bidang Produksi

Produksi dalam ekonomi Islam adalah setiap bentuk aktivitas yang dilakukan manusia untuk mewujudkan manfaat atau menambahkannya dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan Allah SWT sehingga menjadi maslahat, untuk memenuhi kebutuhan manusia. Hal ini dapat dijelaskan dalam semua aktifitas produksi barang dan jasa yang dilakukan seorang muslim untuk memperbaiki apa yang dimilikinya, baik berupa sumber daya alam dan harta dan dipersiapkan untuk bisa dimanfaatkan oleh pelakunya atau oleh umat Islam.

Transformasi dari input ke output produksi itu melibatkan seluruh pemilik sumber daya, yaitu rakyat, negara dan lingkungan, sehingga harus adil dan sepadan dan semua mendapat peningkatan kesejahteraan yang sepadan dengan peran dan kontribusinya masing-masing. Jika yang demikian terwujud, maka akan terbangun produksi yang efektif dan efisien yang secara lebih rinci ditandai dengan proses sebagai berikut:

- a. berlangsung secara efisien dan efektif;
- b. memenuhi hajat hidup orang banyak;

- c. mampu memotivasi SDM dan manajemen;
- d. menggerakkan secara aktif terhadap kemampuan mental dan peran SDM sehingga lebih produktif dan dapat menekan biaya;
- e. biaya meliputi biaya individu dan sosial;
- f. menjunjung martabat manusia dan persaudaraan: (Khodijah, 2015)

Persoalan etika dalam bidang produksi, dimaknai dalam menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber sumber kekayaan lingkungan. Kekayaan merupakan segala sesuatu yang diberikan Allah berupa alam yang bisa digarap dan diproses menjadi kekayaan. Al-Qur'an mendorong manusia untuk mengolah sumber alam ini dan mengingatkan agar mengarahkan pandangan dan akal dengan penuh kekuatan terhadap alam yang ada disekeliling. Dalam pengelolaan tersebut, akal memiliki peranan yang sangat penting. Karena penggunaan akal inilah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Dengan penggunaan akal yang maksimal, maka akan melahirkan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi manusia sendiri. Sehingga kegiatan produksi dapat memiliki peran dan fungsi dalam menjalankan tanggung jawab sosial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta manifestasi keterhubungan manusia dengan Tuhan.

Pada lain sisi, ilmu tidak akan membuahkan hasil jika tidak diikuti oleh amal. Islam mendorong pemeluknya agar memproduksi dan menekuni aktifitas ekonomi dengan cara bekerja. Bukan hanya bekerja untuk diri sendiri, tetapi juga bekerja untuk kepentingan keluarga, masyarakat, bekerja untuk kehidupan

dan semua makhluk secara umum, serta bekerja untuk memakmurkan bumi. Dengan bekerja setiap individu dapat memenuhi kebutuhannya hidupnya. Ini semua adalah keutamaan yang dijunjung tinggi oleh agama, yang tidak mungkin dilakukan kecuali dengan harta. Islam telah memberikan peringatan dan hanya membolehkan usaha yang dilakukan dengan adil, jujur dan cara yang bijaksana.

Dalam mencapai sasaran ini, Islam tidak memberikan kebebasan tanpa batas dalam usaha ekonomi. Selain itu, Islam tidak juga terlalu mengikat manusia dengan pengawasan ekonomi. Islam telah memberikan prinsip-prinsip produksi yang adil dan wajar dalam bisnis, dimana setiap orang dapat memperoleh kekayaan tanpa mengeksploitasi individu lain atau merusak kemaslahatan masyarakat. Seseorang dalam bekerja dalam pandangan Islam haruslah *ihsan* (baik) dan *jihad* (bersungguh-sungguh). Karena Islam bukan semata mata memerintahkan bekerja, namun bekerja dengan baik. Karena kesungguh-sungguhan dalam bekerja atau lazimnya disebut professional merupakan salah satu implementasi dari iman. Dengan bekerja professional, maka seseorang akan mendapatkan ketenangan jiwa, ketenangan jiwa akan berpengaruh positif terhadap produktifitas. Dengan demikian, dapat dimaknai bahwa aktifitas yang demikian akan membebaskan usaha atau bisnis dari kezaliman dan penindasan. Senada dengan rambu-rambu Islam yang memberikan keadilan dan persamaan prinsip produksi sesuai kemampuan masing-masing tanpa menindas orang lain atau menghancurkan masyarakat. Sementara itu, akhlak (etika) utama dalam

produksi yang wajib diperhatikan baik secara individu maupun bersama-sama ialah bekerja di bidang yang di halalkan Allah, dan tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya.⁴⁰ Dengan kata lain, produksi tidak hanya memproduksi barang dan jasa belaka, tetapi juga memproduksi segala sesuatu yang merusak aqidah dan akhlak manusia.

Prinsip etika dalam produksi yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim baik individu maupun komunitas menurut Yusuf Al Qaradhawi adalah berpegang pada semua yang dihalalkan Allah dan tidak melampaui batas. Kemudian, akhlak (etika) yang selanjutnya adalah memelihara sumber daya alam (SDA). Sumber daya alam merupakan nikmat Allah kepada makhluk-Nya, dan manusia wajib mensyukurinya. Di antara bentuk syukur itu adalah menjaganya dari kerusakan, kehancuran, polusi dan lain-lain yang tergolong sebagai kerusakan di muka bumi. Sebagaimana dinyatakan dalam surat Al Araaf ayat 56 yang artinya:

“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (Tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.”

Perusakan sumber daya alam (SDA) dapat dalam bentuk material, misalnya dengan menghancurkan orang-orang yang memakmurkannya, mengotori kesuciannya, menghancurkan benda-benda hidupnya, merusak kekayaannya atau menghilangkan kemanfaatannya. Atau dalam bentuk spiritual, seperti

menyebarkan kezaliman, meramaikan kebatilan, memperkuat kebutuhan, mengeruhkan hati nurani dan menyesatkan akal pikiran. Dengan demikian, etika dalam bidang produksi benar-benar harus diperhatikan dan diaplikasikan. Sebab, jika dalam berproduksi tidak memperhatikan etika atau norma-norma yang berlaku, maka akan berakibat pada rusaknya sumber daya alam yang ada disekitarnya. Selain itu, tidak dibenarkan pula eksploitasi terhadap sumber daya manusia dalam menjalankan kegiatan produksi. Berkaitan dengan etika dalam kegiatan produksi sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam (SDA) harus di tempatkan sesuai proposinya masing-masing sehingga terjadi prinsip keseimbangan. (Ambarwati, 2013)

b. Etika dalam bidang distribusi

Distribusi adalah salah satu aspek pemasaran. Distribusi juga bisa diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan apa yang diperlukan. Berkaitan dengan hal tersebut, Islam ingin pendistribusian harus didasarkan pada dua sendi, yaitu sendi kebebasan dan sendi keadilan. (Desi & Sania, 2020)

Kebebasan yang dimaksud adalah kebebasan dalam bertindak yang dibingkai oleh nilai-nilai agama dan keadilan. Sebagai bentuk keseimbangan antara individu dan masyarakat. Selain itu, Islam juga mengajarkan umatnya untuk berbuat adil dalam berbagai aspek. Tidak berlebihan jika dikatakan bahwa keadilan merupakan inti semua ajaran yang

ada dalam Al- Quran. Telah dinyatakan secara tegas bahwa Al-Quran diwahyukan untuk membangun keadilan dan persamaan. Bicara tentang keadilan dalam Islam, al-Maududi mengatakan bahwa hanya Islam lah yang mampu menghadirkan sebuah system yang realistic dan keadilan social yang sempurna, karena bersifat imperative (bentuk perintah) dan yang berbentuk perlindungan. (Fitriani dkk, 2022)

Distribusi menjadi salah satu aspek dari pemasaran. Distribusi juga dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan apa yang diperlukan. Berkaitan dengan hal tersebut, Islam menghendaki pendistribusian harus disandarkan pada dua sendi, yaitu sendi kebebasan dan keadilan.

Kebebasan yang dimaksud adalah kebebasan dalam bertindak yang dibingkai oleh nilai-nilai agama dan keadilan. Sebagai bentuk keseimbangan antara individu dan masyarakat. Selain itu, Islam juga mengajarkan umatnya untuk berbuat adil dalam berbagai aspek. Tidak berlebihan jika dikatakan bahwa keadilan merupakan inti semua ajaran yang ada dalam Al-Quran. Telah dinyatakan secara tegas bahwa al-Quran diwahyukan untuk membangun keadilan dan persamaan. Bicara tentang keadilan dalam Islam, al-Maududi mengatakan bahwa hanya Islam lah yang mampu menghadirkan sebuah sistem yang realistik dan keadilan sosial yang sempurna, karena bersifat *imperative* (bentuk perintah) dan yang berbentuk perlindungan. Kategori yang

mengandung perintah dan rekomendasi yang berkaitan dengan perilaku bisnis, pertama, hendaknya janji, kesepakatan dan kontrak dipenuhi. Salah satu ajaran al-Qur'an yang paling penting dalam bidang ekonomi adalah masalah pemenuhan janji dan kontrak. Al-Qur'an mengharuskan semua janji dan kontrak kesepakatan dihormati dan semua kewajiban dipenuhi. Kedua, Jujur dalam timbangan dan takaran (ukuran), ketiga, Kerja, Gaji dan bayaran, keempat, Jujur tulus hati dan benar, dan kelima, efisien dan kompeten. (Ambarwati, 2013)

c. Etika dalam Bidang Konsumsi

Etika kedua yang menjadi sorotan al-Qaradâwi adalah dalam bidang konsumsi. Menurut Yūsuf al-Qaradâwī bukan hanya sikap sederhana dalam kegiatan konsumsi, namun harus juga diterapkan menghindari dari sikap kemewahan (bermewah-mewah). Kemewahan merupakan sikap yang dilarang karena akan menenggelamkan diri dalam kenikmatan dan bermegah-megahan. Pada satu sisi, bermegah-megahan atau mengutamakan sikap kemewahan akan mengarahkan seseorang kepada sikap boros. Sikap boros itu sendiri termasuk sikap yang merusak harta, meremehkan atau kurang merawatnya sehingga rusak dan binasa. Perbuatan ini termasuk kriteria menghambur-hamburkan uang yang dilarang. Lain dari pada itu, konsumsi merupakan tujuan yang penting dari produksi.

Etika ilmu ekonomi Islam berusaha untuk mengurangi kebutuhan material yang luar biasa sekarang ini, untuk mengurangi energi manusia dalam mengejar

cita-cita spiritualnya. Perkembangan batiniah yang bukan perluasan lahiriah, telah dijadikan cita-cita tertinggi manusia dalam hidup. Al-Qur'an memberi peringatan keras kepada orang-orang yang menimbun harta tanpa dimanfaatkan dan tidak membelanjakan untuk kebaikan dirinya dan masyarakat tidak menggunakan harta sesuai fungsinya untuk kemanfaatan diri, keluarga dan masyarakat akan membawa kekacauan ekonomi masyarakat. (Siswandi, 2011)

Dalam hal ini, Islam sebagai agama yang komprehensif dan mencakup seluruh aspek kehidupan, telah mengatur segala tingkah laku manusia. Bahkan tidak ada satu sistem kemasyarakatan pun, baik masyarakat modern atau lama, telah ditetapkan etika untuk manusia yang mengatur segala aspek kehidupannya sampai pada persoalan yang detail, termasuk dalam hal ini konsumsi. Islam telah memberikan *rambu-rambu* berupa arahan-arahan positif dalam berkonsumsi. Setidaknya terdapat dua batasan dalam hal ini, yaitu:

- 1) Pembatasan dalam hal sifat dan cara

Pada persoalan ini, seorang muslim harus peka terhadap sesuatu yang dilarang oleh Islam. Produk-produk yang jelas keharaman-nya harus dihindari untuk mengkonsumsinya, seperti minum khamr dan makan daging babi. Seorang muslim harus senantiasa mengkonsumsi sesuatu yang pasti membawa manfaat dan maslahat, sehingga jauh dari kesia-siaan. Karena kesia-siaan adalah kemubadziran, dan hal itu dilarang dalam Islam dan secara tegas telah disebutkan dalam firman Allah pada QS. Al Israa: 27 yang artinya:

“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah Saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

2) Pembatasan dalam hal kuantitas atau ukuran konsumsi.

Berbeda dengan persoalan pembatasan dalam hal sifat dan cara, Islam juga melarang umatnya untuk berlaku kikir yakni terlalu menahan-nahan harta yang dikaruniakan Allah SWT kepada mereka. Namun, Allah juga tidak menghendaki umatnya membelanjakan harta mereka secara berlebihan di luar kewajaran. Dalam perilaku konsumsi, Islam sangat menekankan kewajaran dari segi jumlah, yakni sesuai dengan kebutuhan. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al Furqon: 67 yang artinya:

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”

Dalam berperilaku konsumsi, Islam telah mengarahkan umatnya kedalam tiga hal yaitu; *Pertama*, jangan boros. Seorang muslim dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya. Tidak semua hal yang dianggap butuh saat ini harus segera dibeli. Karena sifat dari kebutuhan sesungguhnya dinamis, ia dipengaruhi oleh situasi dan kondisi. Seorang pemasar sangat pandai mengeksploitasi rasa butuh seseorang, sehingga suatu barang yang sebenarnya secara riil tidak dibutuhkan tiba-tiba menjadi barang yang seolah sangat dibutuhkan.

Kedua, menyeimbangkan antara pengeluaran dan pemasukan. Seorang muslim hendaknya mampu menyeimbangkan antara pemasukan dan pengeluarannya, sehingga sedapat mungkin tidak berhutang. Karena hutang, menurut Rasulullah SAW akan melahirkan keresahan di malam hari dan mendatangkan kehinaan di siang hari. Jika tidak memiliki daya beli, maka dituntut untuk lebih selektif lagi dalam memilih, tidak malah memaksakan diri sehingga terpaksa harus berhutang. Hal ini tentu bertentangan dengan perilaku konsumsi.

Ketiga, tidak bermewah-mewahan. Islam melarang umatnya hidup dalam kemewahan. Kemewahan yang dimaksud menurut Yusuf Al Qardhawi adalah tenggelam dalam kenikmatan hidup berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang serba menyenangkan. Islam mewajibkan setiap orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta menafkahkanya di jalan Allah dengan sikap sederhana. Sikap sederhana semakin ditekankan ketika pemasukan seseorang sangat minim, dengan cara menahan atau mengurangi pengeluarannya. Kesederhanaan dalam konsumsi ini berlaku bagi siapa saja dan untuk siapa saja. Pada prinsipnya setiap individu dalam syari'at Islam bebas untuk mengkonsumsi rizki yang baik dan yang telah dihalalkan Allah, tapi dengan syarat tidak membahayakan diri, keluarga atau pun masyarakat. Kebebasan yang diberikan Allah bukan berarti dengan semauanya sendiri untuk membelanjakan hartanya tanpa melihat batasan-

batasan yang telah disebutkan di depan, yang bisa mengakibatkan seseorang berhutang.

Dalam perspektif al-Qur'an sikap bermewah-mewahan dianggap sebagai musuh dalam setiap risalah, lawan setiap Gerakan perbaikan dan kemajuan. Kemewahan disini yaitu terlampau berlebihan dalam berbagai bentuk kenikmatan dan berbagai sarana hiburan, serta segala sesuatu yang dapat memenuhi perut dari berbagai jenis makanan dan minuman serta apa saja yang memadai rumah dari perabot dan hiasan, seni dan patung serta berbagai peralatan dari emas dan perak dan sejenisnya.

Kemewahan dalam pandangan Islam merupakan salah satu faktor utama dari kerusakan dan kehancuran bagi diri sendiri dan masyarakat. Sementara itu standar kemewahan antara seorang dengan orang lain sangat berbeda dan tergantung pada pendapatan masing-masing. Dengan kata lain, standar kemewahan terkait dengan pendapatan individu. Dengan demikian, perilaku konsumsi, sesuai arahan Islam di atas menjadi lebih terasa urgensinya pada kehidupan saat ini.

Krisis ekonomi yang belum juga reda bertemu dengan harga-harga yang melambung tinggi, menuntut kita untuk selektif dalam berbelanja. Islam tidak melegitimasi momen apapun yang boleh digunakan untuk mengkonsumsi secara berlebihan apalagi di luar batas kemampuan. Persoalan kenapa Islam harus membatasi hak orang dalam mengkonsumsi tentu saja menjadi buah pertanyaan bagi Sebagian orang yang belum

mengenal tentang Islam. Seolah kehadiran Islam hanya memberikan “batasan-batasan” dalam melakukan aktivitas umatnya. Pertanyaan tersebut juga dimungkinkan muncul dan mengemuka bagi kalangan umat Islam itu sendiri. Namun demikian, pada prinsipnya Islam sangat menghargai hak individu dalam mengkonsumsi rezeki yang diberikan oleh Allah SWT sepanjang pelaksanaannya tidak mengganggu kepentingan umum.

Pada dasarnya hal ini dapat menjaga stabilitas sosial serta menjamin terpenuhinya rasa keadilan, karena mereka yang punya kuasa atas harta tidak bisa secara sewenang-wenang menimbun bahan pangan. (Ambarwati, 2013)

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

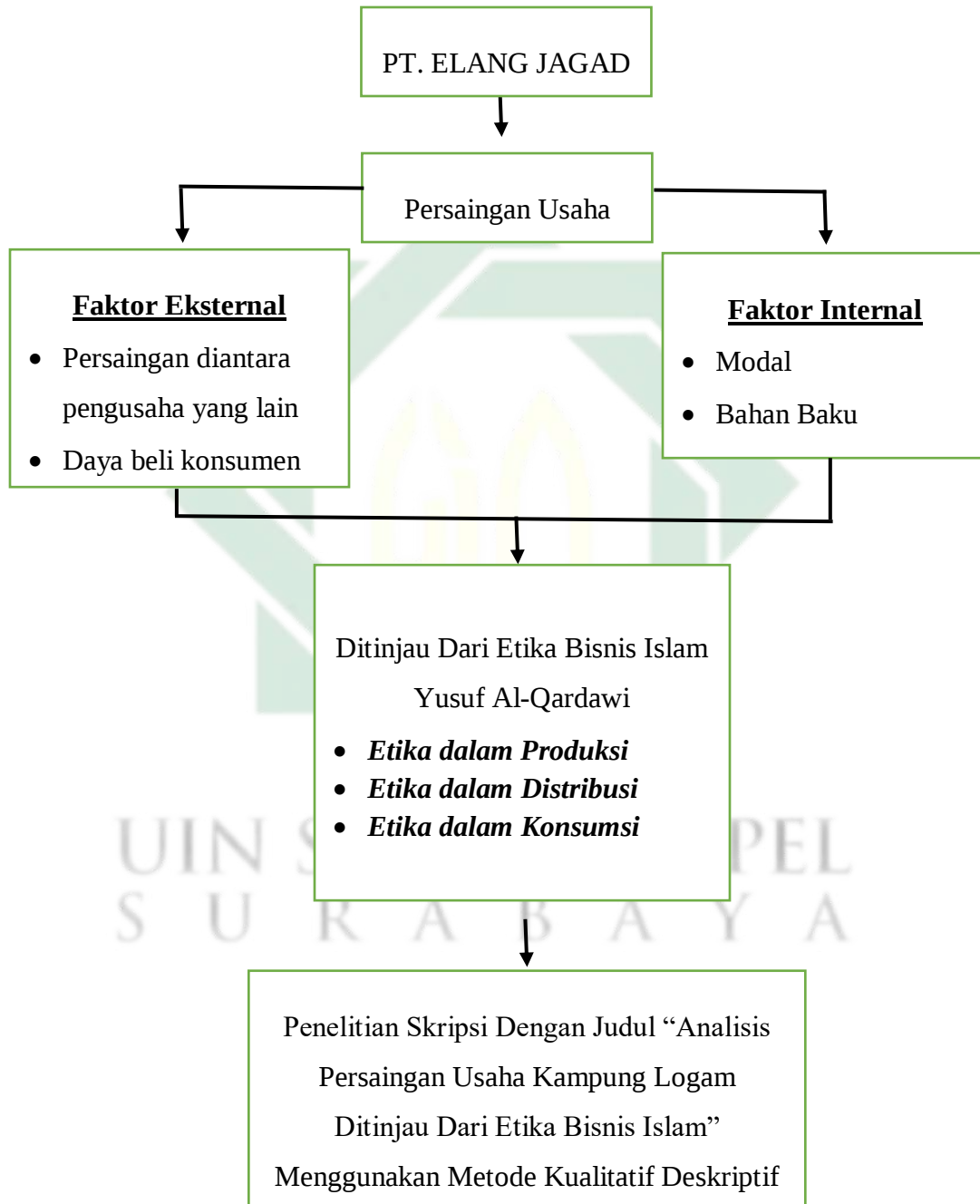
3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif yaitu dengan menjelaskan suatu kenyataan maupun fakta dari objek yang dijadikan penelitian, dalam hal ini peneliti ingin mengetahui persaingan usaha Industri Kampung Logam di PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo dan strategi persaingan usaha kampung logam ditinjau dari etika bisnis islam pada PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo. Metode kualitatif merupakan teknik pengumpulan data dengan metode observasi partisipasi, dimana dalam hal ini peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan informan yang menjadi subjek penelitian dan sumber informasi dari sebuah penelitian (Ardianto, 2010).

3.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data yaitu data yang perlu dikumpulkan guna menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah(Ardianto, 2010).Data yang dikumpulkan dari penelitian ini merupakan data informasi terkait strategi persaingan usaha dan etika bisnis dari PT Elang Jagad.

3.3 Kerangka Konseptual



3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik pengumpulan data yang secara riil (nyata) digunakan dalam penelitian, bukan yang disebut dalam literatur metodologi penelitian. Masing-masing teknik pengumpulan data diuraikan pengertian dan penggunaannya untuk mengumpulkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti sebagai berikut:

4. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala yang terdapat pada objek penelitian. Observasi dilakukan pada tempat-tempat yang dijadikan objek penelitian. Kegiatan observasi seringkali memiliki manfaat memberikan tambahan informasi tentang topik yang akan diteliti. Observasi bertujuan memberikan dimensi-dimensi baru mengenai pemahaman konteks ataupun fenomena yang hendak diteliti (Hasyim, 2016). Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan mencari tahu bagaimana mengetahui persaingan usaha Industri Kampung Logam di PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo dan strategi persaingan usaha kampung logam ditinjau dari etika bisnis islam pada PT. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo, untuk mengumpulkan hasil observasi ini dilakukan dengan perekaman suara melalui alat perekam suara, dan juga melakukan pencatatan dengan tulisan sehingga peneliti mudah untuk memasukkan data dan menganalisanya.

5. Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah kegiatan percakapan yang memiliki maksud dan tujuan tertentu. Dua pihak terlibat dalam percakapan yang dilakukan, yakni pewawancara (*interviewer*) yang memberikan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang mendapatkan pertanyaan oleh pewawancara (Moleong, 2009). Wawancara merupakan cara untuk mengumpulkan informasi atau data melalui interaksi verbal atau lisan (Suwartono, 2014). Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan secara langsung kepada subjek penelitian untuk menjawab persoalan penelitian. Dalam hal ini peneliti memperoleh data dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pengelola PT Elang Jagad. Pada saat wawancara peneliti juga melakukan perekaman suara, pengambilan foto, serta menulis beberapa catatan guna untuk memvalidasi data.

6. Dokumentasi

Dokumentasi adalah informasi yang bersumber dari catatan penting, yaitu dari perorangan, lembaga maupun dari organisasi. Dokumentasi dapat berupa catatan (tulisan), gambar atau karya-karya monumental milik seseorang (Sugiyono, 2017). Studi dokumentasi ini dibutuhkan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan tema penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil dokumentasi dalam bentuk foto yang dilakukan saat

observasi lapangan bersama pengelola PT Elang Jagad yang dapat digunakan untuk data tambahan serta memperkuat teknik pengumpulan data.

3.5 Teknik Pengelolaan Data

Setelah data terkumpul maka selanjutnya dilakukan pengelolaan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. *Editing*, yaitu dengan melakukan analisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan tentang kebenaran fakta yang ditemukan, dimana hal ini merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah. Dalam tahapan ini, peneliti akan menganalisis “Analisis Persaingan Usaha Kampung Logam Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Yusuf Al – Qaradawi(Studi Kasus Pt. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo)”
2. *Organizing*, yaitu penyusunan kembali data yang sudah didapatkan dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang telah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis(Sugiyono, 2017). Peneliti akan melakukan penyusunan kembali data yang di dapat, kemudian data-data yang sudah didapatkan untuk kemudian dianalisis agar memudahkan peneliti dalam menganalisis data.
3. *Analyzing*, yaitu pemeriksaan kembali semua data yang diperoleh, terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data dan relevansi dengan penelitian(Sugiyono, 2017). Dalam hal ini, peneliti akan

mengambil data yang berkaitan dengan Analisis Persaingan Usaha Kampung Logam Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Yusuf Al – Qaradawi (Studi Kasus Pt. Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo)

3.6 Teknik Analisis Data

Setelah data sudah dikumpulkan, Langkah selanjutnya yaitu menganalisis data secara kualitatif deskriptif. Analisis kualitatif deskriptif merupakan analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan yang mendeskripsikan secara detail tentang situasi, kegiatan, atau peristiwa yang menyangkut objek penelitian(Yusuf, 2014).

Data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi kemudian di analisis menggunakan kualitatif deskriptif, dari data yang diperoleh tersebut didapatkan melalui informan saat melakukan wawancara secara lisan. Tujuan dari peneliti dalam menggunakan teknik analisis data ini bertujuan untuk mendapatkan suatu gambaran dalam memahami bagaimana tinjauan Analisis Persaingan Usaha Kampung Logam Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Yusuf Al – Qaradawi (Studi Kasus PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo).

3.7 Keabsahan Data

1. Uji Validitas

Menurut sugiono (2014) ada dua macam dalam penelitian validitas yaitu, validitas internal dan eksternal. Validitas internal mengenai derajat

keakuratan penelitian dengan hasil yang dicapai. Sedangkan validitas eksternal berkenaan dengan derajat akurasi apakah hasil penelitian dapat diterapkan pada populasi dimana sampel ini diambil.

Dalam penelitian ini, uji validitas yang peneliti gunakan adalah :

a. Triangulasi

Triangulasi (Moelong, 2014) merupakan pemeriksaan keabsahan data dengan melakukan pengecekan atau melakukan perbandingan terhadap data yang diperoleh dengan sumber atau kriteria yang lain diluar data, untuk meningkatkan keabsahan dari data. Pada penelitian ini, triangulasi yang dilakukan adalah :

- 1) Triangulasi sumber, dimana dengan membandingkan apa yang diperoleh dari subyek dengan yang diperoleh dari informan dengan maksud agar data yang diperoleh dapat dipercaya karena tidak hanya diperoleh dari satu sumber saja yaitu subjek penelitian, akan tetapi data diperoleh dari beberapa sumber lain seperti teman subyek atau tetangga.
- 2) Triangulasi metode, yaitu dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara kemudian membandingkannya dengan isi dokumen yang berkaitan. Dalam hal ini peneliti berusaha mengecek kembali data yang diperoleh melalui wawancara.

b. Menggunakan bahan referensi

Bahan referensi ini merupakan media pendukung dalam membuktikan data yang telah peneliti temukan. Seperti data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat perekam untuk merekam hasil wawancara dengan informan. Sedangkan dalam uji validitas eksternal dalam penelitian kualitatif, peneliti dalam membuat laporan harus memberikan uraian yang rinci, jelas dan sistimatis serta dapat dipercaya. Dengan demikian pembaca menjadi jelas atas hasil penelitian tersebut. Sehingga dapat memutuskan bisa atau tidaknya untuk mengaplikasikan hasil penelitian tersebut ditempat lain.

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian kualitatif uji reliabilitas dilakukan dengan mengaudit keseluruhan proses penelitian. Caranya dilakukan oleh auditor independen yaitu dosen pembimbing skripsi untuk megaudit keseluruhan aktifitas peneliti dalam melakukan penelitian. Bagaimana peneliti mulai menentukan masalah, memasuki lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data melakukan uji keabsahan dan sampai kesimpulan harus dapat ditunjukkan oleh peneliti. Menurut Faisal dalam (Sugiono, 2011) jika peneliti tidak mempunyai dan tidak menunjukkan jejak aktifitas lapangannya maka reliabilitas penelitiannya masih diragukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo

PT Elang Jagad merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur logam yang memproduksi tungku kompor gas. Perusahaan ini terletak di Jl. Kolonel Sugiono No 53 Ngingas, Sidoarjo. Perusahaan ini berdiri antara tahun 2001-2002. Pada awal berdirinya PT Elang Jagad, luas bangunan yang dimiliki adalah $6 \times 8 \text{ m}^3$ dan untuk saat ini mereka sudah melakukan perluasan bangunan hingga luasnya sekitar $10 \times 15 \text{ m}^3$. Pada awal berdirinya PT Elang Jagad, pelanggan yang dimiliki masih cukup sedikit.

“Untuk customer tetap pasti ada beberapa. Beberapa customer PT Elang Jagad dari awal berdiri antara lain PT Gajah Terbang dari Bali, PT Arga Arta Utama dari Jakarta, Maspion dan Solichin Jaya dari Jawa Timur.”
(Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bahizin, 2022).

PT Elang Jagad sangat menghindari hutang untuk menjalankan kegiatan operasionalnya. Bahizin selaku HRD di PT Elang Jagad mengatakan:

“Pada saat awal pendirian, PT Elang Jagad meminimalisir adanya pinjaman ke bank. Pendanaan yang dilakukan oleh PT Elang Jagad melalui transaksi kas-kas. Owner PT Elang Jagad dulunya juga merupakan pekerja, oleh karena itu beliau mengetahui bisnis yang dikelola PT Elang Jagad adalah dimulai dari 0, dan meminimalisir pinjaman hingga perusahaan menjadi

sebesar ini.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bahizin, 2022).



Gambar 4 1 Visi dan Misi PT Elang Jagad

Kegiatan produksi pada PT Elang Jagad disesuaikan dengan permintaan pelanggan atau juga bisa disebut *made by order*. Pelanggan dapat memesan produk melalui pesan di aplikasi *Whatsapp* atau *e-Mail*. Dengan diterapkannya sistem *made by order* tersebut, pelanggan perlu membayar sejumlah uang muka agar pesanannya dapat segera diproses. Sisa pembayaran yang belum terbayar akan ditagihkan saat produk berhasil diterima oleh pelanggan.

“Dalam kegiatan produksi PT Elang Jagad menggunakan sistem pembayaran DP yang sudah disepakati dengan pelanggan. DP yang disepakati oleh PT Elang Jagad dan pelanggan biasanya berkisar sekitar 30% dari harga produk. Kemudian, setelah produk telah dikirimkan, sisa pembayaran baru akan ditagihkan kepada pelanggan.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bahizin, 2022).



Gambar 4.2 Suasana Kantor PT Elang Jagad

Dalam kegiatan usaha, tentunya masing-masing perusahaan memiliki karakteristik atau keunggulan yang berbeda-beda. PT Elang Jagad memproduksi produknya sesuai pesanan customer dengan menggunakan sistem *Pre Order*. Selain itu, keunggulan dari produk yang dihasilkan oleh PT Elang Jagad adalah produksi jasa cat enamel atau cat yang digunakan untuk pelapisan anti karat yang terbuat dari bahan keramik, karena di lingkungan sekitar PT Elang Jagad yang merupakan kampung logam, hampir tidak ada yang memproduksi jasa cat enamel.



Gambar 4.3 Produk Pipa Kompore



Gambar 4.4 Produk Pipa Kompore Yang Sudah Jadi



Gambar 4.5 Tatakan Kompor

Dalam mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi, tentu saja PT Elang Jagad membutuhkan bahan baku dalam proses pembuatan barang produksinya. Karena di sekitar lingkungan PT Elang Jagad merupakan kampung industri logam, maka pembelian bahan baku untuk proses produksi logam diperoleh dari lingkungan sekitar PT Elang Jagad.

“Terdapat beberapa pengusaha sekitar yang menjual bahan baku untuk produksi logam sehingga dapat saling menguntungkan, baik untuk PT Elang Jagad maupun penjual bahan baku tersebut. Oleh karena itu, kami memprioritaskan mencari bahan baku ke pengusaha-pengusaha sekitar kampung logam, baru jika bahan baku yang kami butuhkan tidak ada disekitar sini, kami cari di tempat lain ” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bahizin, 2022).

Suatu perusahaan tidak akan bisa berjalan tanpa adanya sumber daya manusia di dalamnya. Dari awal berdiri hingga sekarang, karyawan PT Elang Jagad terus bertambah. Pada awal pendirian usaha, karyawan PT Elang Jagad hanya sekitar 20 orang dan kini sudah bertambah menjadi sekitar 40-50 orang.

“Jumlah karyawan di PT Elang Jagad sekitar 60 orang. Kemudian, untuk sistem kerja dalam 1 minggu ada 6 hari kerja dengan jam kerja 8 jam (07.00-16.00) dan libur 1 hari di hari minggu. Untuk hari sabtu, jam kerja hanya setengah hari sehingga pukul 12.00 siang karyawan sudah diperbolehkan pulang. Kemudian, untuk jam istirahat dijadwalkan pukul 11.30-12.30 dan ada break time 15 menit untuk isihoma pada pukul 15.00.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bahizin, 2022).

Pemberian upah tenaga kerja pada PT Elang Jagad disesuaikan dengan *skill* dan masa kerja karyawan. Semakin lama seorang karyawan bekerja, maka semakin tinggi pula insentifnya. Namun, karena PT Elang Jagad merupakan perusahaan yang masih merintis mereka tidak dapat memberikan upah sebesar UMR

“Misalkan seorang karyawan memiliki *skill* yang mumpuni dan masa kerja yang lama, maka PT Elang Jagad memprioritaskan gaji yang lebih banyak kepada karyawan tersebut. Kemudian, terdapat bonus insentif yang diberikan kepada karyawan yang masuk full didalam 1 bulan atau minimal 28 hari. Selain itu, terdapat tunjangan lain seperti THR dan juga asuransi kesehatan yang diperoleh seluruh karyawan di PT Elang Jagad.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bahizin, 2022).

Meskipun dalam kegiatannya, PT Elang Jagad sudah mengutamakan keamanan dan SOP yang berlaku, bisa saja terjadi kecelakaan kerja yang dialami oleh karyawan. Namun, PT Elang Jagad bertanggungjawab dengan memberikan bantuan biaya kepada karyawan yang menjadi korban kecelakaan kerja.

Keamanan dan keselamatan dalam industri logam sangat penting untuk diperhatikan mengingat keselamatan dan kenyamanan sangat erat kaitannya dengan elemen sistem seperti material, mesin dan metode kerja dan yang tak kalah pentingnya adalah elemen manusia dimana hal tersebut sebagai asset

yang berguna untuk menjaga kelangsungan suatu perusahaan. PT Elang Jagad dalam proses produksinya tentu saja dapat menimbulkan suatu kebisingan yang dapat mengganggu warga sekitar, namun merupakan hal yang wajar karena di lingkungan PT Elang Jagad merupakan industri kampung logam.

“Kalau perihal kebisingan yang berasal dari mesin-mesin di PT Elang Jagad, pastinya ada ya karena disini merupakan kampung industri logam dan semuanya tiap pasti menggunakan mesin dan menimbulkan kebisingan, tapi untuk PT Elang Jagad sendiri dibatasi penggunaannya dan dihentikan pada pukul 21.00 agar tidak mengganggu warga sekitar yang sedang istirahat”. (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bahizin, 2022).



Gambar 4.6 Mesin di PT Elang Jagad



Gambar 4.7 Karyawan PT Elang Jagad

Pada suatu perusahaan pastinya ada kelebihan dan kekurangan mengenai aturan-aturan yang ada. Terkadang karyawan PT Elang Jagad mengutarakan keluhan atas pekerjaan yang ada. Respon perusahaan mengenai hal ini adalah dengan mendengarkan keluhan yang diutarakan karyawan tersebut kemudian memberikan solusi.

“Kalau ada keluhan kesah dari karyawan ya kami dengarkan dulu apa keluhan kesahnya, kemudian setelah itu kami beri solusi, dan diselesaikan sesuai alur yang diperlukan, karena sebelum karyawan masuk sini pastinya sudah dibekali dengan pengarahan. Jika ada karyawan yang membutuhkan izin cuti mendadak, PT Elang Jagad tetap memberi toleransi selama alasan izin tersebut jelas. Selain itu, kontrak kerja di PT Elang Jagad tidak ada, karena karyawan disini keluar-masuk jadi tidak ada kontrak.” (*Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bahizin, 2022*).

Suatu perusahaan dalam melaksanakan kegiatan produksinya, tentu saja bertujuan untuk meningkatkan laba perusahaan. Namun, terkadang dalam prosesnya menimbulkan gangguan bagi lingkungan sekitar, salah satunya penggunaan mobil besar tronton sebagai kendaraan untuk mendistribusikan pesanan kepada konsumen yang seringkali mengganggu kenyamanan warga sekitar.

“Kalau perihal mobil tronton untuk mengantarkan pesanan kepada pelanggan, ya kami mengatasi hal tersebut dengan menerapkan sikap toleransi antar sesama saja, baik dari pihak PT Elang Jagad maupun warga sekitar yang memberikan jalan” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bahizin, 2022).



Gambar 4.8 Truk Pengangkut Barang

Suatu perusahaan yang bertujuan meningkatkan laba, juga dapat dikenakan zakat karena suatu perusahaan mengalami suatu perkembangan harta dari aktivitas

bisnisnya, dan perusahaan dapat bertindak sebagai amil dalam pembayaran zakat para pemiliknya sebelum laba dibagikan kepada para pemilik sesuai proporsinya. Tak terkecuali PT Elang Jagad. PT Elang Jagad rutin bersedekah dengan mengadakan acara rutin seperti yatim mandiri, dan menerima permintaan sedekah yang berasal dari warga sekitar.

“PT Elang Jagad melaksanakan kegiatan zakatnya dengan memberikan kepada karyawan saat idul fitri, begitu pula THR juga selalu diberikan kepada karyawan. PT Elang Jagad juga rutin melaksanakan kegiatan sosial dan seperti kegiatan yatim mandiri (kegiatan sedekah untuk anak yatim) dan terkadang warga sekitar juga mengajukan untuk permintaan sedekah.”
(Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bahizin, 2022).

PT Elang Jagad memang bukan termasuk perusahaan yang sudah besar dan ternama dalam industri logam. Masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki agar perusahaan selalu dapat berkembang menjadi yang lebih baik. Saat ini, PT Elang Jagad sudah memiliki konsumen dari berbagai kota. Hal ini merupakan sesuatu yang positif untuk berkembangnya perusahaan.

4.2 Persaingan Usaha Industri Logam di PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo

Persaingan dalam usaha menurut syari’at Islam bahwasannya bersaing haruslah secara sehat, adil dan jujur serta menjalin silaturahmi agar dapat mempererat ikatan persaudaraan. Jadi, kebebasan individu dalam hal persaingan dibatasi oleh kaidah-kaidah Islam dan akhlaq, atau dengan kata lain masih dikendalikan oleh aqidah,

karena dengan aqidahlah seseorang bisa merefleksikan persaingan yang sesuai dengan ajaran Islam.

Kampung Logam Ngingas cabang Waru Sidoarjo memiliki banyak industri berbasis logam, mulai dari UMKM sampai yang PT. Industri yang berbasis PT ada 3 perusahaan yaitu PT Jaya Mandiri, PT Masrur & Son, dan PT Elang Jagad. PT Elang Jagad dinilai memiliki nilai yang berbeda dibanding dengan dua PT tersebut. Karena kedua PT tersebut memproduksi barang yang hampir sama yaitu pemasaran pipa dan tiang listrik, sedangkan PT Elang Jagad bergerak di bidang pelayanan jasa yaitu jasa cat enamel.

PT Elang Jagad mengutamakan kualitas dari produk yang dimiliki. Ketika kualitas produk ditingkatkan, maka konsumen akan tau dan memberi nilai *plus* kepada produk yang diproduksi PT Elang Jagad. Selain itu, PT Elang Jagad melakukan negosiasi harga dalam bertransaksi dengan calon pelanggan dengan memberikan estimasi harga yang kecil namun dengan produk yang berkualitas.

“Kita juga mengutamakan kualitas produksi, ketepatan waktu pengiriman atau waktu produksi dengan estimasi jangka waktu yang ditentukan, dan menjaga komunikasi dengan konsumen dan menjaga persaingan antar usaha.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022).

Pernyataan ini sesuai dengan konsumen dari PT Elang Jagad yaitu Bapak Rofiq selaku sales marketing PT Sholihin Jaya Industrial yang mengatakan bahwa

“selama ini kerjasama yang dilakukan dengan PT Elang Jagad tidak pernah mengecewakan, karena kualitas barang yang di produksi sesuai dengan yang kami request, dan perjanjian mengenai waktu pengerjaan juga sesuai. Karena kami juga memiliki customer dan memberikan tenggat waktu. Karena itu kalau dari PT Elang JAgad tidak tepat waktu, maka nama perusahaan kami juga akan ikut jelek dan kami bisa saja kehilangan customer” (wawancara dengan sales marketing PT Sholihin Jaya Industrial, Bapak Rofiq, 2022)

Menurut Normin S. Pakpahan, persaingan usaha dapat berbentuk persaingan sehat (*perfect competition*) dan persaingan tidak sehat (*imperfect competition*). Salah satu indikator persaingan sehat menurut Normin adalah menjamin kesejahteraan konsumen serta melindungi kepentingan konsumen. PT Elang Jagad selalu berusaha memuaskan konsumen dengan memberikan produk terbaiknya.

Proses panjang dilakukan agar barang sampai di tangan konsumen dengan sempurna. *Quality control* dilakukan untuk mengecek kualitas produk sebelum barang dikirim.

“Kita ada proses QC, kita kan pelaku usaha jadi ada kegiatan produksi, kemudian kita memberikan jasa kepada konsumen itu harus baik ya jadi ada quality control, misal ada barang2 yang kurang baik dan tidak bisa dikirimkan ke konsumen, sebisa mungkin kita repair, jika tidak bisa kita repair baru kita masukkan ke limbah, dengan harga jual yang pastinya sesuai kondisi barang dan harganya mengikuti pasaran.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022).

Memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen juga merupakan salah satu upaya bersaing sehat dalam usaha. PT Elang Jagad berusaha selalu menjaga komunikasi dengan konsumen agar barang yang diproduksi sesuai

dengan permintaan konsumen. Komunikasi inilah yang menjadi salah satu nilai *plus* bagi PT Elang Jagad karena mereka selalu mengutamakan konsumen dalam proses produksinya.

“Ya sebisa mungkin kita antisipasi, pertama dari QC (diutamakan kelolosaan dari pengiriman), jadi kita mengantisipasi jika adanya retur barang kalau barang cacat. Misalkan ada yang lolos dan terkirim ke customer, pada waktu retur itu segera kita ganti dg yg baru atau kita repair barang tsb. Oleh karena itu harus tetap menjaga komunikasi.” (*Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022*).

Dalam persaingan usaha yang sehat tidak hanya terbatas pada layanan kepada konsumen dan kualitas produk saja. Kemajuan teknologi yang dimiliki perusahaan dan sumber daya manusia dalam perusahaan juga dapat dikembangkan demi mendukung persaingan usaha yang sehat. Sejauh ini, PT Elang Jagad sudah mengikuti perkembangan jaman dengan menggunakan sosial media sebagai alat pemasaran dan sarana bagi konsumen yang ingin memesan.

“Proses pemasaran kita ada facebook, twitter, media lokal di lingkungan sini, dan komunitas pengusaha.” (*Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022*).

Pemanfaatan teknologi menjadi suatu hal yang wajib bagi para pelaku usaha di abad 21 ini. Selain informasi dapat disebar dengan cepat dan mudah, teknologi juga dapat dijadikan sebagai sarana promosi untuk membantu meningkatkan penjualan para pelaku usaha.

4.3 Tinjauan Etika Bisnis Islam Menurut Yusuf Al-Qaradhwawi Pada Persaingan Usaha Pengelola Industri Kampung Logam PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo

Pemikiran Yusuf al-Qaradâwi mempunyai pengaruh yang sangat signifikan di seluruh dunia. Menurutnya, sendi utama ekonomi Islam adalah sifatnya yang pertengahan (keseimbangan). Bahkan ciri ini merupakan jiwa yang merupakan keseimbangan yang adil. Sebagaimana sikap Islam terhadap hak individu dan masyarakat. Kedua hak ini diletakkan dalam neraca keseimbangan yang adil tentang dunia dan akhirat, jiwa dan raga, akal dan hati, perumpamaan dan kenyataan. Dan Islam berada di tengah-tengah antara Iman dan kekuasaan.

Berkaitan dengan etika bisnis Islam, dalam karyanya yang monumental *Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtishadil Islami*, al Qaradhwawi mendeskripsikan dan memaparkan tentang pentingnya norma dan etika dalam ekonomi, kedudukannya, dan pengaruhnya dalam lapangan ekonomi yang berbeda-beda seperti; bidang produksi, konsumsi, dan bidang distribusi (Ambarwati, 2017).

1. Etika Bisnis dalam Bidang Produksi

Akhlak (etika) utama dalam produksi yang wajib diperhatikan baik secara individu maupun bersama-sama ialah bekerja di bidang yang diharamkan Allah, dan tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya. Dalam hal ini, PT Elang Jagad sudah memenuhi prinsip etika dalam produksi. PT Elang Jagad memproduksi barang yang bermanfaat bagi manusia yang membutuhkannya

dan dengan prinsip menjaga kehalalan barang yang diproduksi. Kadar ke-halalan yang disyaratkan dalam memproduksi pada hakikatnya mengandung makna seorang produsen selalu memberikan manfaat positif kepada konsumen. Selain itu, produsen juga mempunyai tanggungjawab untuk menyediakan produk yang aman baik bagi jasmani maupun rohani konsumen.

Kemudian, akhlak (etika) yang selanjutnya adalah memelihara sumber daya alam (SDA). Sumber daya alam merupakan nikmat Allah kepada makhluk-Nya, dan manusia wajib mensyukurinya. Di antara bentuk syukur itu adalah menjaganya dari kerusakan, kehancuran, polusi dan lain-lain yang tergolong sebagai kerusakan di muka bumi. PT Elang Jagad dalam memproduksi barangnya memanfaatkan bahan baku yang dijual disekitar lingkungannya. Jika bahan baku yang dibutuhkan tidak tersedia, maka mereka akan mencari di tempat lain. Bahizin menyatakan:

“Bahan material memprioritaskan lingkungan dulu, karena di daerah sini pengusaha ada yang menjual bahan baku (di lingkungan kampung logam), jika tidak ada baru mencari di daerah lain.” (*Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022*).

Selain itu, PT Elang Jagad juga berusaha untuk tidak merusak lingkungan sekitar dengan merencanakan pembuangan limbah sisa produksi dari awal bisnis didirikan. Limbah sisa produksi dibuang pada sumur resapan yang sudah dibuat. PT Elang Jagad juga bebas dari asap polusi.

“Kalau limbah pasti ada, tapi kalau disini kita sudah merencanakan sejak awal. Kita membuat resapan-resapan sendiri jadi sudah kita antisipasi untuk

pengurangan pembuangan limbah. Kalau polusi asap tidak ada.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022).

PT Elang Jagad juga selalu mengumpulkan barang yang gagal produksi atau *reject* untuk dijual kembali ke pengepul/rosokan agar barang yang *reject* tersebut dapat didaur ulang sehingga tidak ada barang gagal produksi yang dibuang sia-sia.

“Kalau barang sisa produksi, biasanya kita sebut barang *reject* atau rusak, kita jual lagi misalkan ada pengepul rosok/rombeng.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022).

Dalam proses produksi, PT Elang Jagad selalu mengutamakan kualitas dan sebisa mungkin tidak mengecewakan pelanggan. Sebelum barang didistribusikan kepada pelanggan, barang tersebut akan melalui proses *quality control* untuk mengetahui apakah barang tersebut sudah layak dijual kepada konsumen yang memesan sehingga konsumen tidak merasa dirugikan.

“Kita ada proses QC, kita kan pelaku usaha jadi ada kegiatan produksi. Kemudian kita memberikan jasa kepada konsumen itu harus baik ya jadi ada *quality control*, misal ada barang-barang yang kurang baik dan tidak bisa dikirimkan ke konsumen, sebisa mungkin kita repair. Jika tidak bisa kita repair baru kita masukkan ke limbah, dengan harga jual yang pastinya sesuai kondisi barang dan harganya mengikuti pasaran.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022).

Sebuah perusahaan manufaktur sudah pasti akan menghasilkan suara-suara bising dalam proses produksi. PT Elang Jagad mengakui bahwa selama proses produksi, terdapat suara mesin dan suara-suara lain yang cukup

mengganggu. Namun menurut Bahizin hal itu cukup wajar terjadi di lingkungan tersebut karena memang itu lingkungan pabrik.

“Kalau disini memang kampung logam mas, jadi semua wajar kalau ada suara mesin dan lain-lain. Tapi kita batasi sampai jam 9 malam untuk produksinya. Rata-rata di kampung sini sudah sepakat, jadi saling menghormati saja.” (*Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022*).

PT Elang Jagad membeli bahan baku produksi di sentra lokal yang ada di lingkungan pabriknya dengan pembayaran bisa di jeda hingga tiga bulan. Hal ini sama-sama menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik PT Elang Jagad sebagai pembeli dan bagi penjualnya. PT Elang Jagad tidak perlu mencari supplier bahan baku yang jauh karena di lingkungannya sudah tersedia. Bagi penjual, PT Elang Jagad membantu penjualannya.

“Kalau kita ambil di sentra lokal yg ada di lingkungan sini, keuntungan kita itu bisa bayar jeda waktu 3 bulan jatuh tempo. Karena disini ada yang jual harga murah, tapi bayarnya langsung, ada yang jualnya sedang/agak mahal tapi bisa bayar 3 bulan.” (*Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022*).

Setiap perusahaan dalam lini bisnis apapun, khususnya perusahaan manufaktur yang terdapat aktivitas produksi pasti memiliki risiko dan cara menanggulangnya. Salah satu risiko perusahaan manufaktur adalah terjadinya kecelakaan kerja dalam proses produksi. PT Elang Jagad sudah memiliki rencana dalam menanggulangi risiko tersebut. Setiap karyawan memiliki

asuransi kecelakaan kerja dan akan menanggung seluruh biaya pengobatan jika hal tersebut terjadi.

“Misalnya ada kecelakaan kerja di lingkungan sini, pastinya kita tanggung jawab. Kita bawa ke rumah sakit, untuk biaya-biayanya dari asuransi kesehatan selama kecelakaan kerja di lingkungan sini, karena termasuk kecelakaan produksi.” (*Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022*).

Selain itu, karyawan yang mengalami kecelekaan tetap digaji meskipun tidak masuk kerja dikarenakan istirahat. Dalam hal ini PT Elang Jagad sudah memenuhi kewajibannya sebagai pemberi kerja dan memenuhi hak karyawannya.

“Iya pasti mas, kalau ada kecelakaan kerja, kita tetap memberi gaji. Misalkan istirahat di rumah 1 minggu, tetap digaji meskipun kecelakaan kerja” (*Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022*).

Dapat disimpulkan bahwa PT Elang Jagad sudah menerapkan etika bisnis dalam produksi. PT Elang Jagad beroperasi sesuai aturan dan prosedur yang berlaku serta selalu berusaha memenuhi kewajibannya sebagai perusahaan dan memenuhi hak karyawannya. PT Elang Jagad juga memiliki toleransi tinggi terhadap lingkungan sekitar serta kepedulian terhadap kebersihan lingkungan dari limbah yang dihasilkan.

2. Etika Bisnis dalam Bidang Distribusi

Distribusi menjadi salah satu aspek dari pemasaran. Distribusi juga dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan

mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan apa yang diperlukan. Berkaitan dengan hal tersebut, Islam menghendaki pendistribusian harus disandarkan pada dua sendi, yaitu sendi kebebasan dan keadilan.

Kategori yang mengandung perintah dan rekomendasi yang berkaitan dengan perilaku bisnis, pertama, hendaknya janji, kesepakatan dan kontrak dipenuhi. Salah satu ajaran al-Qur'an yang paling penting dalam bidang ekonomi adalah masalah pemenuhan janji dan kontrak. Al-Qur'an mengharuskan semua janji dan kontrak kesepakatan dihormati dan semua kewajiban dipenuhi. Kedua; jujur dalam timbangan dan takaran (ukuran). Ketiga; kerja, gaji dan bayaran. Keempat; jujur, tulus hati dan benar. Kelima; efisien dan kompeten.

PT Elang Jagad menerapkan sistem *made by order* sehingga mereka hanya memproduksi pesanan yang sudah dipesan sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh pembeli. Pembayaran yang digunakan juga akan mengikuti sistem pemesanan yang diterapkan. Pembeli akan membuat kesepakatan dengan PT Elang Jagad dalam proses pembayarannya.

“Karena kita *by order*, kesepakatan kita biasanya setelah barang selesai. Biasanya ada DP (*down payment*) minimal 30% dulu, kemudian setelah barang dikirimkan, baru bisa ditagihkan semua. Untuk cara pesannya *by online*. Bisa lewat WhatsApp atau e-mail.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022).

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan konsumen dari PT elang jagad yang mengatakan bahwa

“kalau saya dalam order ke PT Elang Jagad biasanya by wa, karena biar lebih enak komunikasinya. Biasanya kita melakukan pembayaran dulu mas 30% dari total keseluruhan kemudian kalau barang sudah jadi dan saya cek aman baru dilakukan pelunasan”(wawancara dengan sales marketing PT Sholihin Jaya Industrial, Bapak Rofiq, 2022)

Penetapan harga pada PT Elang Jagad juga sesuai dengan kesepakatan yang dilakukan antara penjual dan pembeli tanpa ada biaya tambahan lain-lain yang memberatkan pembeli saat sudah membuat kesepakatan. Hal ini dapat mencegah menurunnya tingkat kepercayaan pembeli, karena sejak awal sudah disepakati harga tanpa ada biaya tak terduga lainnya.

“Kalau disini tidak ada mas, kita sesuai rill harga kesepakatan awal dan komunikasi dengan kedua belah pihak.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022).

PT Elang Jagad memastikan barangnya dalam keadaan baik pada saat dikirim ke pembeli. Proses quality control sangat penting demi menyortir barang yang sudah jadi sebelum dikirim ke pembeli. Mereka meminimalisir cacat produk agar tidak mengecewakan pembeli (konsumen).

“Ya sebisa mungkin kita antisipasi, pertama dari QC (diutamakan kelolosan dari pengiriman), jadi kita mengantisipasi jika adanya retur barang kalau barang cacat. Misalkan ada yang lolos dan terkirim ke *customer*, pada waktu retur itu segera kita ganti dengan yang baru atau kita *repair* barang tersebut. Oleh karena itu harus tetap menjaga komunikasi.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022).

PT Elang Jagad tidak membedakan konsumennya. Baik konsumen yang membeli barang dalam jumlah besar maupun kecil, mereka tetap memberikan pelayanan terbaiknya. Pembelian jumlah berapapun akan dikirimkan kepada konsumen sesuai dengan kesepakatan awal.

“Tidak, untuk pelayanan kita tetap sama. Kita tidak ada pembeda, kecuali misalnya customer minta pengiriman, waktu PO muncul ada penawaran harga dan estimasi sesuai kesepakatan yang di awal.” (*Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022*).

PT Elang Jagad sudah menerapkan etika bisnis dalam proses distribusi. PT Elang Jagad meminimalisir kekecewaan konsumen dengan memaksimalkan kualitas produksinya. Selain itu, PT Elang Jagad juga selalu menjaga komunikasi dengan konsumen agar mereka tetap mempercayakan produknya.

3. Etika Bisnis dalam Bidang Konsumsi

Dalam berperilaku konsumsi, Islam telah mengarahkan umatnya kedalam tiga hal yaitu; Pertama, jangan boros. Seorang muslim dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya. Tidak semua hal yang dianggap butuh saat ini harus segera dibeli. Dalam konteks ini salah satu bentuk upaya untuk menekan sifat pemborosan yang dilakukan oleh PT Elang Jagad adalah meminimalisir terjadinya barang yang cacat produksi. Karena kalau kuantitas barang cacat produksi besar, maka akan membutuhkan pengerjaan ulang untuk proses repair. Selain pemborosan dalam penggunaan bahan material juga tidak

efisien karena membutuhkan waktu yang lebih dari estimasi. Oleh karena itu, proses quality control berperan penting dalam hal ini

“Kita ada proses QC, kita kan pelaku usaha jadi ada kegiatan produksi. Kemudian kita memberikan jasa kepada konsumen itu harus baik ya jadi ada *quality control*, misal ada barang-barang yang kurang baik dan tidak bisa dikirimkan ke konsumen, sebisa mungkin kita repair. Jika tidak bisa kita repair baru kita masukkan ke limbah, dengan harga jual yang pastinya sesuai kondisi barang dan harganya mengikuti pasaran.” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022).

Kedua, menyeimbangkan antara pengeluaran dan pemasukan. Seorang muslim hendaknya mampu menyeimbangkan antara pemasukan dan pengeluarannya, sehingga sedapat mungkin tidak berhutang.

“PT Elang sendiri didirikan oleh pemilik mulai dari nol, setiap melakukan transaksi perusahaan menggunakan keuangan dari perusahaan sehingga meminimalisir pinjaman. sebelum sebesar ini, owner perusahaan ikut bekerja dengan orang kemudian mengembangkan usaha ini menggunakan dana pribadi beliau” (Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022).

Ketiga, tidak bermewah-mewahan. Islam melarang umatnya hidup dalam kemewahan. Kemewahan yang dimaksud menurut Yusuf Al Qardhawi adalah tenggelam dalam kenikmatan hidup berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang serba menyenangkan.

PT Elang Jagad selalu menyisakan sedikit dari hartanya untuk bersedekah. Sedekah tersebut dialokasikan kepada karyawan, panti asuhan, maupun kepada warga sekitar. Kegiatan tersebut dilakukan rutin setiap bulan.

“Pasti, dialokasikan kepada karyawan. Misalnya idul fitri kan ada zakatnya, itu kita kasih ke karyawan. THR ada sendiri, zakat ada sendiri. Kalau amal kami mengadakan kegiatan rutin seperti yatim mandiri, kadang disini dari warga sekitar juga ada permintaan sedekah.” (*Wawancara dengan karyawan PT Elang Jagad, Bapak Bahizin, 2022*).



BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis Persaingan Usaha Industri Kampung Logam Di PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo

Salah satu hal yang menjadi daya unggul suatu perusahaan terhadap kompetitornya adalah salah satunya dari factor produksi. Industri kampung logam yang ada di Ngingas mayoritas merupakan produsen barang logam, namun dengan output dan pangsa pasar yang berbeda-beda. Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh PT Elang Jagad adalah system PO (*Pre Order*) yaitu memproduksi barang berdasarkan *custom* dari *customer*. PT Elang jagad tidak memproduksi barang mentah menjadi barang jadi, melainkan memproduksi barang setengah jadi kemudian di *custom* berdasarkan permintaan dari customer. Barang material atau bahan baku yang digunakan mayoritas diperoleh dari industri di lingkungan kampung logam sendiri dengan tujuan agar saling menguntungkan bagi sesama pengusaha di kampung logam tersebut. Jika barang yang dibutuhkan tidak tersedia di lingkungan sekitar, perusahaan mendapatkan barang material atau bahan baku dari mitra PT Elang Jagad.

Jasa Cat Enamel merupakan daya unggul utama yang dimiliki oleh PT Elang Jagad. Bahkan klaim dari pihak PT Elang Jagad jasa Cat Enamel merupakan

satu-satunya yang ada di industry kampung logam Ngingas tersebut. Enamel sendiri merupakan bahan pelapisan cat anti karat yang berfungsi untuk melapisi sekaligus untuk menjaga kualitas produk yang berbahan logam atau besi dari kerusakan, dan mempercantik produk yang dihasilkan sehingga terlihat mengkilap.

Untuk terus meningkatkan hasil dan menjaga kepercayaan customer, proses yang dilakukan setelah produksi adalah dilakukan proses *quality qontrol* yang ketat. Jika ditemukan hasil produksi yang tidak memenuhi standar perusahaan, dilakukan repair atau perbaikan terhadap produk tersebut. Kemudian misalnya barang tersebut mengalami kerusakan yang cukup parah, maka akan dilakukan proses pemisahan menjadi limbah yang dijual ke pengepul sesuai harga pasar. *Quality control* yang cukup ketat dilakukan perusahaan bertujuan meminimalisir lolosnya barang yang tidak layak jual hingga sampai ke tangan konsumen. Hal inilah yang terus dijaga oleh perusahaan sehingga bisa terus berkembang sampai saat ini. Selain itu, pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk terus memperbesar pasarnya dilakukan dengan 2 metode, yaitu secara online dan offline. Metode online yang dilakukan PT Elang Jagad adalah dengan memanfaatkan media social seperti Facebook dan Twitter. Dari sisi offline melalui Kerjasama dengan antar kelompok pengusaha di lingkungan industry Ngingas.

Mekanisme order yang dilakukan oleh perusahaan terhadap customer adalah diawali dengan pemesanan oleh customer melalui whatsapp maupun email kemudian melakukan pembayaran sebesar minimal 30% untuk DP kemudian pelunasan dilakukan setelah barang jadi. Untuk pelayanan terkait pengiriman yang diberikan kepada customer ada 2 macam, yaitu ambil sendiri atau diantar. Khusus untuk jasa pengiriman barang, dikenakan biaya tambahan sesuai dengan kesepakatan di awal. Tidak ada perbedaan pelayanan terhadap customer, baik ditinjau dari loyal dan kuantitas.

Selain enamel merupakan daya saing unggul yang dimiliki oleh PT Elang Jagad dalam bersaing dengan industry lain yang ada di kampung logam Ngingas, terdapat prinsip 3M dalam bisnis yang dilakukan oleh PT Elang Jagad yaitu Mengutamakan kualitas produk, Mengutamakan ketepatan waktu dan pengiriman, dan Menjaga komunikasi yang baik dengan customer.

5.2 Analisis Etika Bisnis Islam Menurut Yusuf Al-Qaradhwai Pada Persaingan Usaha Industri Kampung Logam Di PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo

a. Etika dalam bidang produksi

Pemaknaan etika dalam kegiatan produksi diartikan sebagai menghasilkan kekayaan dengan cara memanfaatkan sumber daya lingkungan melalui sumber daya manusia yang ada.. islam mewajibkan pemeluknya untuk memproduksi melalui bekerja. Bekerja bukan hanya untuk mencukupi kebutuhan

pribadi, melainkan juga untuk menafkahi keluarga. Setiap manusia dalam melakukan pekerjaannya haruslah memiliki sifat ihsan dan jihad, yaitu bekerja dengan baik dan sungguh-sungguh. Bentuk kesungguhan manusia dalam bekerja disebut dengan bekerja secara professional. Jika seseorang bekerja secara baik dan professional, maka seseorang tersebut akan lebih tenag dalam bekerja yang kemudian akan memberikan dampak yang positif terhadap output yang dihasilkan.

Dalam kegiatan produksi, islam memberikan rambu-rambu yang harus dipatuhi oleh para pemeluknya. Produksi dengan cara yang adil, jujur dan bijaksana. Dalam konteks bijaksana, memproduksi dengan cara tidak memperlakukan orang lain secara semena-mena serta merusak lingkungan sekitar (masyarakat). Selain itu terdapat etika yang paling penting yang harus dilaksanakan dalam berproduksi yaitu berproduksi yang halal dan tidak melwati batas atas apa yang telah diharamkan menurut Allah swt.

PT Elang Jagad merupakan satu dari sekian banyak produsen logam yang ada di desa Ngingas Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo. Dalam kegiatan produksi yang dilakukan oleh PT Elang Jagad, bahan baku yang digunakan mayoritas berasal dari industry yang ada di kampung logam tersebut. Selain untuk saling membantu antar produsen di lingkungan sekitar, juga agar saling menguntungkan bagi sesama pengusaha di kampung logam tersebut. Hal ini sesuai dengan sabda Nabi *“yang melakukan monopoli itu salah atau berdosa”*. Hadist ini ditujukan untuk Firaun dan Haman. Dalam melakukan

usaha diwajibkan untuk tidak hanya memikirkan tentang diri sendiri, namun juga dituntut untuk saling menolong terhadap usaha orang lain.

Produk yang dihasilkan oleh PT Elang Jagad adalah mengolah dari barang setengah jadi kemudian di “poles” menggunakan cairan yang bernama enamel untuk mempercantik hasil jadi suatu barang logam. Cairan enamel yang digunakan oleh PT Elang Jagad merupakan daya unggul yang menjadi nilai tambah yang tidak dimiliki oleh pengusaha logam lain yang ada di desa Ngingas. Selain itu, keutamaan kualitas produksi, ketepatan waktu produksi dan pengiriman sesuai estimasi dan menjaga komunikasi yang baik dengan customer merupakan kunci utama PT Elang Jagad dalam “memenangkan” persaingan dengan kompetitornya.

Letak industri logam yang berdampingan dengan pemukiman penduduk, membuat seluruh pengusaha di desa Ngingas memiliki komitmen untuk toleransi terhadap jam kerja masing-masing perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan proses produksi yang dilakukan oleh setiap perusahaan hanya sampai jam 21.00 WIB agar tidak mengganggu jam istirahat penduduk sekitar. Sikap toleransi ini sesuai dengan sabda nabi *“Allah menyukai Umat-Nya yang toleran ketika menjual, toleran ketika membeli, dan toleran dalam mencari haknya”*.

Dalam setiap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh PT Elang Jagad, narasumber menjelaskan bahwasanya PT Elang Jagad meminimalisir untuk mengambil sesuatu yang berpotensi riba. Karena mulai dari pembelian bahan

baku atau material produksi diutamakan berasal dari antar pengusaha yang ada di lingkungan sekitar. Selain jarak yang lebih dekat, kelonggaran dalam pembiayaan menjadi kelebihan. Pengusaha yang ada di industry logam Ngingas ini saling membantu, sehingga timbul adanya rasa persaudaraan. Kelonggaran pembiayaan yang diberikan adalah berupa jatuh tempo pembayaran selama 3 bulan. Meskipun system yang berlaku demikian tetapi harga yang dibayarkan sesuai dengan harga barang aslinya, tidak ada nominal lebih karena dibayar selama 3 bulan. Praktek selanjutnya yang dilakukan oleh PT Elang Jagad untuk meminimalisir terjerumus ke dalam perbuatan riba yaitu tidak pernah melakukan pembiayaan ke bank untuk keberlangsungan perusahaan. Hal ini dijelaskan oleh salah satu Staff HRD karena perusahaan ini berdiri hingga sekarang menggunakan dana pribadi pemilik serta keuangan dari perusahaan sendiri. Hal ini sesuai dengan ajaran islam yang mengharamkan perbuatan riba. Salah satu ayat dalam alquran yang menjelaskan terkait dengan larangan riba terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 278

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman.”

Salah satu etika dalam berproduksi yang dilakukan oleh PT Elang Jagad adalah mengutamakan kualitas produksi setiap barang yang dihasilkan untuk menjaga kepercayaan (Amanah) yang sudah terjalin dengan *customer*. Oleh

karena itu, proses *quality control* yang ketat sudah menjadi kewajiban yang dilakukan oleh PT Elang Jagad. tidak semua hasil produksi menghasilkan barang yang sempurna, fungsi dari adanya *quality control* untuk memastikan apakah output produksi tersebut layak jual atau tidak. Untuk menciptakan kejujuran dalam produksi, jika terdapat barang yang tidak sesuai SOP dari perusahaan atau dalam arti lain barang tersebut reject, maka barang tersebut akan dipilah kembali yang kemudian dilakukan proses *repair*. Jika setelah dilakukan proses *repair* terhadap barang reject namun tetap tidak memenuhi SOP, maka barang tersebut tidak akan dijual ke konsumen, melainkan dikategorikan sebagai limbah pabrik.

Kejujuran merupakan salah satu kunci utama yang dilakukan oleh PT Elang Jagad dalam berbisnis, dengan tujuan agar customer memperoleh kepuasan terhadap barang yang diinginkan serta membuat customer selalu loyal. Hal ini juga sejalan dengan QS Al-Anfal (8) ; 27 yang melarang perbuatan tidak jujur dalam berusaha. QS Al-Anfal (8) ; 27 yang artinya

“hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahuinya”

PT Elang Jagad menyadari bahwa salah satu factor yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan adalah kualitas dan kenyamanan yang dimiliki oleh karyawan. Oleh karena itu, perusahaan selalu menjaga hak-hak para

pekerjanya. Karena islam sendiri menganjurkan untuk selalu menjaga hak-hak orang, khususnya para pekerja. Factor gaji dan aturan perusahaan merupakan yang terpenting agar karyawan merasa betah bekerja. Karena PT Elang Jagad masih berstatus UMKM, maka gaji yang diterima karyawan berbeda-beda berdasarkan keahlian dan masa kerja yang dimiliki. Selain berupa gaji dan THR, ada juga bonus atau insentif yang didapatkan jika dalam satu bulan kerja tidak pernah absen. Untuk menjaga karyawan jika terjadi kecelakaan kerja, perusahaan juga telah menyiapkan asuransi untuk seluruh karyawan. Untuk menegakkan toleransi terhadap pekerja, jam istirahat dalam bekerja dibagi menjadi dua kali. Istirahat pertama pada pukul 11.30-12.30, selanjutnya break time selama 10 menit pada pukul 15.00. break time bertujuan untuk memberikan waktu bagi pekerja untuk menunaikan ibadah sholat ashar.

b. Etika dalam Distribusi

Distribusi merupakan aspek selanjutnya yang penting untuk menjadi jembatan antara produsen dengan konsumen. Distribusi dipahami sebagai suatu kegiatan atau bagian dari pemasaran dalam suatu perusahaan untuk mempermudah menyampaikan barang dan jasa dari produsen sampai kepada konsumen. Menurut Yusuf Al Qaradhwani, kebebasan dan keadilan merupakan 2 hal penting yang harus dipenuhi dalam bagian distribusi. Konteks kebebasan yang dimaksud adalah dalam setiap melakukan pemasaran diberi kebebasan namun harus sesuai dengan nilai-nilai islam yang telah diatur. Sedangkan

konteks keadilan mengajarkan untuk berlaku adil kepada setiap individu, tidak membedakan perlakuan kepada seseorang.

Kesepakatan yang dilakukan oleh PT Elang Jagad dengan customernya mulai dari proses pemesanan hingga pembayaran sangat baik dan tidak melanggar nilai-nilai dalam islam. Proses pemesanan yang dilakukan oleh customer melalui contact person yang disediakan oleh perusahaan kemudian memberikan DP sebesar 30% dari total keseluruhan biaya. Selanjutnya PT Elang Jagad memberikan estimasi jangka waktu pada saat produk sudah selesai. Ketepatan waktu dalam produksi dan ketepatan waktu dalam pengiriman merupakan nilai yang diterapkan PT Elang Jagad terhadap konsumen. PT Elang Jagad menawarkan 2 opsi kepada konsumen terkait produknya, apakah diambil sendiri atau dikirim ke konsumen langsung. Jika dikirim ke konsumen maka terdapat biaya pengiriman yang mana kesepakatan tersebut sudah tertulis di awal. Semua biaya mulai dari biaya pengiriman dan sisa pelunasan dilakukan setelah produk jadi dan siap dikirim. PT Elang Jagad tidak pernah membedakan customer baik berdasarkan jumlah orderan maupun loyalitas customer tersebut. Pelayanan yang selalu konsisten dan tidak melanggar kontrak yang telah disepakati membuat PT Elang Jagad agar customen tidak kecewa dan terus dipercaya oleh customernya.

Islam mengajarkan umatnya untuk selalu berperilaku adil dalam setiap aspek kehidupan, terutama adil dalam kegiatan jual beli (bisnis). Al Quran telah menjelaskan dalam QS Al Maidah ayat 8

هُوَ اعْدِلُوا ۖ تَعْدِلُوا ۖ لَا عَلَى قَوْمٍ شَأْنُ يَجْرِمَنَّكُمْ وَلَا بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ قَوَّامِينَ كُونُوا ۖ آمِنُوا الَّذِينَ آيَاهَا يَا
تَعْمَلُونَ بِمَا خَبِيرُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ وَاتَّقُوا ۖ وَاللَّغْوَى أَقْرَبُ

Artinya:

"Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, membuatmu berlaku tidak adil. Berlaku adil lah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan."

Untuk menarik konsumen lebih luas lagi, PT Elang Jagad dalam melakukan promosi, melakukan 2 strategi yaitu pemasaran secara online dan offline. Promosi online dilakukan melalui media social perusahaan yaitu melalui Facebook dan twitter. Sedangkan untuk promosi secara offline dilakukan melalui Kerjasama antar pengusaha di lingkungan industry Ngingas. Contohnya jika ada informasi mengenai konsumen yang membutuhkan barang dan barang tersebut tersedia di PT Elang Jagad, maka informasi tersebut akan diarahkan ke PT Elang Jagad, dan demikian sebaliknya.

c. Etika dalam Konsumsi

Etika dalam berkonsumsi menurut Yusuf Al-Qaradawi adalah melarang kegiatan atau perilaku boros, yaitu perilaku yang tidak memperhitungkan antara pengeluaran dengan pemasukan. Untuk mencapai tingkat kesejahteraan

tertentu, umat Islam harus memperhatikan beberapa hal. Pertama yaitu mengkonsumsi barang yang halal, termasuk spekulasi (tidak termasuk penimbunan barang atau melakukan kegiatan pasar gelap, riba, dengan memperhitungkan Zakat dan Infak). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan pada jumlah barang yang dikonsumsi, tetapi pada seberapa besar nilai ibadah yang dia peroleh dari apa yang dia lakukan (Kasis, 2019)

Islam telah memberi batasan-batasan terkait perilaku konsumsi. Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh umat Islam dalam mengkonsumsi. Melarang perbuatan boros dan menafkahkan harta menjadi yang pertama karena seringkali hal ini yang menjadi persoalan umum. Umat muslim dianjurkan untuk belanja sesuai dengan kebutuhan, tidak berlebihan. Dalam konteks perusahaan, perbuatan boros dapat merugikan keuangan perusahaan, karena mengeluarkan biaya yang seharusnya tidak diperlukan. Salah satu bentuk upaya untuk menekan sifat pemborosan yang dilakukan oleh PT Elang Jagad adalah meminimalisir terjadinya barang yang cacat produksi. Karena kalau kuantitas barang cacat produksi besar, maka akan membutuhkan pengerjaan ulang untuk proses repair. Selain pemborosan dalam penggunaan bahan material juga tidak efisien karena membutuhkan waktu yang lebih dari estimasi. Oleh karena itu, perusahaan menuntut pekerja nya dalam bekerja memiliki rasa bertanggung jawab dan bekerja secara professional agar menghasilkan produk yang terbaik.

Selain melarang pemborosan islam juga mewajibkan umatnya untuk menafkahkan hartanya. PT Elang Jagad dalam konteks ini rutin untuk beramal baik kepada pekerja maupun lingkungan sekitar dan juga rutin menunaikan zakat. Setiap tahun PT Elang Jagad mengadakan kegiatan yatim mandiri yaitu bantuan yang diberikan kepada anak-anak yatim. Kemudian setiap menjelang Idul Fitri para pekerja diberikan THR. Kemudian kegiatan lainnya yaitu memberikan sumbangan jika ada pengajuan bantuan oleh warga yang ditujukan untuk PT Elang Jagad. Penjelasan diatas sesuai dengan tuntunan dalam Al Baqarah ayat 267 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ
بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

267. “Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji”

Aspek kedua yang mengatur batasan dalam perilaku konsumsi adalah pemasukan dan pengeluaran harus seimbang, tidak boleh lebih besar pengeluaran daripada pemasukan karena dapat menyebabkan utang. Pihak narasumber dari PT Elang menjelaskan bahwa dari awal pendirian PT Elang Jagad meminimalisir untuk pembiayaan berbasis utang. Mulai awal berdiri

hingga berkembang sampai saat ini semua menggunakan keuangan dari perusahaan dan dari pendiri PT Elang Jagad. hal ini sejalan dengan ajaran dalam islam untuk menghindari utang. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Rasulullah dalam sebuah hadis

هُنَّ عَى ضَ يَنْقُ حَتَّى، بِدَيْنِهِ مُعَلَّقَةُ الْمُؤْمِنِ نَفْسُ : م.ص الله رسول قال :: قال ه؛ ر- هريرة أبي عن
(جۃ ما ابن رواه)

Artinya: Dari Abu Hurairah RA, ia berkata, Rasulullah SAW bersabda, “Jiwa seorang mukmin masih akan terus tergantung pada utangnya hingga ia lunasi.”
(HR. Ibnu Majah)

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

1. Persaingan Usaha Industri Kampung Logam Di PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru Sidoarjo

Jasa Cat Enamel merupakan daya unggul utama yang dimiliki oleh PT Elang Jagad. Bahkan klaim dari pihak PT Elang Jagad jasa Cat Enamel merupakan satu-satunya yang ada di industry kampung logam Ngingas tersebut. Enamel sendiri merupakan bahan pelapisan cat anti karat yang berfungsi untuk melapisi sekaligus untuk menjaga kualitas produk yang berbahan logam atau besi dari kerusakan, dan mempercantik produk yang dihasilkan sehingga terlihat mengkilap.

Selain enamel merupakan daya saing unggul yang dimiliki oleh PT Elang Jagad dalam bersaing dengan industry lain yang ada di kampung logam Ngingas, terdapat prinsip 3M dalam bisnis yang dilakukan oleh PT Elang Jagad yaitu Mengutamakan kualitas produk, Mengutamakan ketepatan waktu dan pengiriman, dan Menjaga komunikasi yang baik dengan customer.

2. Etika Bisnis Islam Menurut Yusuf Al-Qaradhawi Pada Persaingan Usaha
Industri Kampung Logam Di PT Elang Jagad Ngingas Cabang Waru
Sidoarjo

Dari ketiga unsur etika bisnis islam menurut yusuf al-qaradhawi yaitu produksi, distribusi dan konsumsi. Secara keseluruhan, PT Elang Jagad telah mematuhi rambu-rambu yang telah diatur dalam islam. Dari aspek produksi, mulai dari bahan baku sampai hak-hak pekerja diperhatikan dan tidak melanggar norma-norma dalam Islam. Kemudian untuk aspek distribusi mulai dari pemesanan, pengiriman hingga layanan yang diberikan ke customer sesuai dengan kesepakatan dan semua customer mendapatkan perlakuan yang sama, ini menandakan dalam konteks distribusi PT Elang Jagad sudah menerapkan aspek kebebasan dan keadilan, selanjutnya yang terakhir yaitu aspek konsumsi. Melarang perbuatan boros dan menafkahkan harta menjadi yang pertama. Salah satu bentuk upaya untuk menekan sifat pemborosan yang dilakukan oleh PT Elang Jagad adalah meminimalisir terjadinya barang yang cacat produksi, sedangkan untuk menafkahkan harta PT Elang Jagad rutin untuk beramal baik kepada pekerja maupun lingkungan sekitar dan juga rutin menunaikan zakat. Setiap tahun PT Elang Jagad mengadakan kegiatan yatim mandiri yaitu bantuan yang diberikan kepada anak-anak yatim. Kemudian setiap menjelang Idul Fitri para pekerja diberikan THR. Kemudian kegiatan lainnya yaitu memberikan sumbangan jika ada pengajuan bantuan oleh warga yang ditujukan untuk PT Elang

Jagad. Aspek kedua yang mengatur batasan dalam perilaku konsumsi adalah pemasukan dan pengeluaran harus seimbang, tidak boleh lebih besar pengeluaran daripada pemasukan karena dapat menyebabkan utang. Pihak narasumber dari PT Elang Jagad menjelaskan bahwa dari awal pendirian PT Elang Jagad meminimalisir untuk pembiayaan berbasis utang.

6.2 Saran

1. Bagi PT Elang Jagad sebaiknya dalam melakukan ekspansi bisnis, tetap berupaya untuk tidak melakukan pembiayaan dari utang. Sehingga dapat lebih mensejaterahkan pekerjajanya. Selain itu, dalam hal pelayanan juga lebih ditingkatkan seperti terus menekan output produksi yang cacat sehingga bisa terus meningkatkan efisiensi.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian yang membahas etika bisnis islam menurut Yusuf Al-Qaradawi diharapkan dapat terus dikembangkan lebih lanjut. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan memakai data-data terbaru dan pembahasan yang lebih luas agar mampu menggambarkan secara jelas dan detail terkait nilai etika bisnis islam menurut Yusuf Al-Qaradawi

DAFTAR PUSTAKA

- Diana Ambarwati (2018). Etika Bisnis Yusuf Al-Qaradawi (Upaya Membangun Kesadaran Bisnis Beretika). STAIN Jurai Siwo Metro
- Desy & Sania (2020). Pemikiran Yusuf AL-Qardhawi Mengenai Etika Ekonomi Islam). STAIINDO
- Fitriani dkk (2022). Etika Bisnis Islam Menurut Imam Al-Ghazali dan Yusuf Al-Qaradhawi. Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syaifuddin
<http://etheses.iainkediri.ac.id/654/3/931303214-bab2.pdf> diakses pada 31 Oktober 2022 pukul 17.15 WIB
- <https://media.neliti.com/media/publications/314752-konsep-etika-produksi-dalam-sistem-ekono-be402ef2.pdf> diakses pada 31 Oktober 2022 pukul 18.15 WIB
- Kasis Darmawan (2019). Etika Bisnis Dalam Perspektif Al-Quran (Studi Tafsir Tematik). Skripsi – Institut PTIQ Jakarta
- Nurhidayah (2022). Etika Persaingan Usaha Menurut Yusuf Qardawi. Skripsi- IAIN ParePare
- Syarifatunnisa (2014). Etika Berbisnis dalam Perspektif Hadis : Studi Atas Hadis Tentang Ikhtikar. Skripsi – UIN Syarif Hidayatullah
- Siswandi (2011). Konsep Yusuf Al Qaradawi Tentang Norma Dan Etika Konsumsi Menurut Pandangan Ekonomi Islam. Skripsi – UIN Sultan Syarif Kasim

Utary Evi (2016). Strategi Bisnis Dalam Berbisnis Secara Islami. IAIN
Padangsidempuan

