

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSAINGAN USAHA
PEDAGANG GROSIR PAKAIAN DI JOHAR TRADE MALL SEMARANG**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

ISTIQOMAH KHOIRUNNISA

NIM. 1805026037

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 1 (Satu) eksempler
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi
An. Sdri Istiqomah Khoirunnisa

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing menyatakan menyatakan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Istiqomah Khoirunnisa
NIM : 1805026037
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam dalam Persaingan
Usaha Pedagang Grosir Pakaian di Johar Trade
Mall Semarang

Dengan ini kami setuju, dan mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.


Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 25 April 2022

Pembimbing I


H. Johan Arifin, S.Ag., MM.
NIP. 19730217 200401 1 002

Pembimbing II


Septiana Na'afi, S.H.I., M.S.I.
NIP. 19890924 201903 2 018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIC INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/fax (024) 7601291, Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Istiqomah Khoirunnisa
NIM : 1805026037
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian di Johar Trade Mall Semarang

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude pada tanggal 17 Juni 2022 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2021/2022.

Semarang, 04 Juli 2022

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Choirul Huda, M.Ag.
NIP. 197601092005011002

Sentiana Na'afi, M.S.I
NIP. 198909242019032018

Penguji Utama I

Penguji Utama II

Kartika Marella Vanni, M.P.
NIP. 199304212019032028

Wiska Wijavanti, M.H
NIP. 199304082019032019



Pembimbing I

Pembimbing II

H. Johan Arifin, S. Ag., MM.
NIP. 197302172004011002

Sentiana Na'afi, M.S.I
NIP. 198909242019032018

MOTTO

وَمَا اللَّذَّةُ إِلَّا بَعْدَ التَّعَبِ

Artinya:

“Tidak ada kenikmatan kecuali setelah adanya kesusahan”

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat-Nya yang telah memberikan kelancaran dan kekuatan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Rasa syukur selalu terucapkan kepada-Nya karena telah menghadirkan orang-orang yang berarti di sekeliling penulis, yang selalu memberi dukungan serta doa kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk karya yang sederhana ini kupersembahkan kepada:

Ayah dan mamaku tercinta, Suigwan dan Lusi Ardati terimakasih banyak atas segala hal baik, dukungan, cinta, kasih dan sayang, serta doa yang selalu tercurah untuk mengiringi setiap langkah anak-anaknya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, panjang umur, dan lindungan-Nya. Karya ini penulis persembahkan untuk Ayah dan Mama, sebagai wujud rasa terimakasih atas pengorbanan dan jerih payah Ayah dan Mama sehingga penulis menjadi seperti ini.

Kakakku Anjas Arestu Praditha dan adikku Fitroh Awaludin Zam-Zami, terimakasih atas doa yang diberikan kepadaku untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga kita semua bisa meraih kesuksesan dunia dan akhirat.

Sahabat sekaligus keluarga Widya, Virda, Cika, Mba Tyas, Mba Novi, Ema, Alma, Ratna, Antung, Lara, Cia, Atun, Iin, dkk yang telah menemani penulis dari awal perkuliahan hingga penulis menyelesaikan skripsi. Terimakasih sudah mendengarkan keluh kesah selama menyelesaikan skripsi ini dan terimakasih sudah menjadi teman baik yang ada sampai sekarang untuk berbagi cerita. Semoga Allah SWT senantiasa memudahkan segala urusan kalian.

DEKLARASI

Dengan penuh tanggung jawab dan kejujuran, penulis menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian di Johar Trade Mall Semarang**” tidak berisi materi yang telah ditulis maupun diterbitkan orang lain. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain kecuali informasi yang tertera dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, 25 April 2022

Deklator,



Istiqomah Khoirunnisa

NIM: 1805026037

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh adanya beberapa pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang yang menimbulkan kerugian di sisi lain, kerugian tersebut timbul karena pedagang grosir pakaian mengabaikan etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam menjadi pedoman bagi para pengusaha dan pedagang muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan. Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya, metode analisis dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis data berdasarkan fakta dunia nyata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam dalam persaingan usaha pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang meliputi lima prinsip yaitu ketauhidan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran (*benelovence*). Lima prinsip etika bisnis Islam berdasarkan persaingan usaha di Johar Trade Mall Semarang belum maksimal dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dampak dari ketidak pahaman pedagang grosir pakaian terhadap etika bisnis Islam berdampak negatif bagi pembeli, karena pembeli merasa dirugikan atas tindakan pedagang grosir pakaian yang menyimpang dari etika bisnis Islam. Kemudian persaingan usaha pedagang grosir pakaian yang terjadi di Johar Trade Mall Semarang meliputi lima aspek yaitu persaingan produk, persaingan harga, persaingan pelayanan, persaingan layanan purna jual, dan persaingan tempat. Beberapa pedagang grosir pakaian melakukan persaingan usaha tidak begitu ketat tetapi bertentangan dengan etika bisnis Islam, yaitu persaingan harga yang berlaku antar pedagang grosir pakaian harus seimbang sesuai dengan standar harga pasar yang dapat merugikan pihak pembeli.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Persaingan Usaha

ABSTARCT

This research is based on the existence of several clothing wholesalers in Johar Trade Mall Semarang which causes losses on the other hand, these losses arise because clothing wholesalers ignore Islamic business ethics. Islamic business ethics are guidelines for Muslim entrepreneurs and traders in carrying out their business activities.

This research uses a qualitative approach, the type of research is field research. Methods of collecting data through observation, interviews, and documentation. Furthermore, the analytical method in this research is descriptive qualitative, namely the method used to analyze data based on real world facts.

The results showed that Islamic business ethics in the business competition of clothing wholesalers at Johar Trade Mall Semarang includes five principles, namely monotheism (unity), balance (equilibrium), free will (free will), responsibility (responsibility), and truth (benelovence). . The five principles of Islamic business ethics based on business competition at Johar Trade Mall Semarang have not been maximized in applying the principles of Islamic business ethics. The impact of the misunderstanding of clothing wholesalers on Islamic business ethics has a negative impact on buyers, because buyers feel aggrieved by the actions of clothing wholesalers who deviate from Islamic business ethics. Then the business competition of clothing wholesalers that occurred at Johar Trade Mall Semarang covers five aspects, namely product competition, price competition, service competition, after-sales service competition, and place competition. Some clothing wholesalers conduct business competition that is not so tight but contrary to Islamic business ethics, namely the prevailing price competition between clothing wholesalers must be balanced in accordance with market price standards which can harm the buyer.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Business Competition*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah SWT yang menguasai seluruh alam, tidak ada daya upaya maupun kekuatan kecuali hanya dari-Nya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Baginda Rasulullah Rasulullah SAW serta kepada para keluarganya yang suci, sahabat-sahabat serta para pengikutnya yang sholih.

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufik, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Syaefulloh, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag., selaku Ketua Jurusan S1 Ekonomi Islam dan Bapak Nuruddin, SE., MM. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Islam.
4. Bapak Drs. H. Hasyim Syarbani, MM., selaku Wali Dosen penulis selama proses menempuh pendidikan di UIN Walisongo Semarang.
5. Bapak H. Johan Arifin, S.Ag., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan pikiran, tenaga, dan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingannya dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Septiana Na'afi, S.H.I., M.S.I., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan pikiran, tenaga, dan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingannya dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Supri selaku Direktur Johar Trade Mall Semarang dan para pemilik usaha grosir pakaian Johar Trade Mall Semarang dengan baik hati yang telah membantu kelancaran penelitian penulis untuk menyelesaikan skripsinya.
8. Terimakasih kepada Kedua orang tua, kakak dan adek serta sahabatku tersayang Nasya Eka Kurniawan yang telah ada dari SMP/SMA hingga

sekarang yang senantiasa memberikan dukungan, kasih sayang, dan do'a yang selalu mengiringi penulis.

9. Teman-teman seangkatan terutama Ekonomi Islam A 2018 yang tidak dapat penulis tulis satu persatu, terimakasih kebersamaan dalam menempuh pendidikan di UIN Walisongo Semarang.
10. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat di tulis satu persatu, penulis ucapkan terimakasih untuk semuanya atas kebaikan dan keikhlasan yang sudah diberikan semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian masing-masing dengan hal yang lebih baik lagi. Aamiin Ya Rabbal 'Allamin.

Penyusunan tugas akhir skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya. Namun, saya menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam penulisan dan pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan juga saran dari semua pihak.

Semarang, 25 April 2022

Penulis,



Istiqomah Khoirunnisa

NIM : 1805026037

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah Sistem Transliterasi Arab-Latin Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	-
ت	Tā'	t	-
ث	Sā'	s	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	j	-
ح	Hā'	h	(dengan titik di bawahnya)
خ	Khā'	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	Ẓal	z	z (dengan titik di atasnya)
ر	Rā'	r	-
ز	Zai	z	-
س	Sīn	s	-
ش	Syīn	sy	-
ص	Ṣād	ṣ	s (dengan titik di bawahnya)
ض	Dād	d	d (dengan titik di bawahnya)
ط	Ṭā'	t	t (dengan titik di bawahnya)
ظ	Zā'	z	z (dengan titik di bawahnya)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	-

ف	Fā'	f	-
ق	Qāf	q	-
ك	Kāf	kh	-
ل	Lām	l	-
م	Mīm	m	-
ن	Nūn	n	-
و	Wāwu	w	-
ه	Hā'	h	-
ء	Hamzah	'	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Yā'	y	-

B. Konsonan rangkap

Termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap. Contoh: أمحدية ditulis *Ahmadiyyah*

C. Tā' Marbūtah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jamā'ah*.

2. Bila dihidupkan ditulis *t*.

Contoh: كرامة الولياء ditulis *karāmatul-auliya'*.

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*.

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + yā' tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*, ditulis dan fathah + wāwu mati ditulis *a*

G. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof (')

Contoh: **أنتم** ditulis *a'antum*, **مؤنث** ditulis *mu'annaś*

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh: **القرآن** ditulis *Al-Qura'ān*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: **الشيعة** ditulis *asy-Syī'ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

J. Kata dalam Rangkaian Frasa atau Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau

2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: **شيخ السالم** ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syakhul-Isla*.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTARCT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Tinjauan Pustaka	8
E. Metode Penelitian.....	14
F. Sistematika Penulisan	20
BAB II LANDASAN TEORI	22
A. Etika Bisnis Islam	22
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	22
2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam	30
3. Fungsi Etika Bisnis Islam.....	36
4. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam	36
B. Persaingan Usaha	45
1. Pengertian Persaingan Usaha	45
2. Persaingan Usaha Dalam Islam	46
3. Unsur-Unsur Persaingan Usaha.....	47

4. Landasan Hukum Persaingan Usaha	51
5. Etika Persaingan	52
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	56
A. Letak Geografis Kota Semarang	56
B. Profil Johar Trade Mall	57
C. Visi dan Misi Johar Trade Mall	58
D. Struktur Organisasi Johar Trade Mall	59
E. Tugas dan Fungsi Kepengelolaan	59
F. Produk	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Analisis Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha di Johar Trade Mal Semarang.....	62
B. Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian di Johar Trade Mall Semarang	70
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Letak Geografis Kota Semarang	56
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pentingnya perdagangan merupakan pemerataan manfaat pembangunan dan sebagai mekanisme peningkatan pendapatan. Pertumbuhan ekonomi karena pembangunan ekonomi harus mampu meningkatkan kesejahteraan rakyat secara merata. Distribusi manfaat pembangunan dicapai melalui kebijakan perdagangan yang mendorong dan mendukung usaha kecil di sektor perdagangan. Mengenai perdagangan dalam Al-Qur'an jelas bahwa perdagangan adalah aktivitas yang diisyariatkan oleh Allah untuk menghindari orang dari kesalahan dalam mengambil keuntungan yang lebih.

Perdagangan merupakan industri jasa yang mendukung kegiatan ekonomi dalam masyarakat maupun antar negara. Perdagangan memegang peranan yang sangat penting bagi negara berkembang tentunya seperti Indonesia dalam rangka meningkatkan pelaksanaan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, meningkatkan kinerja pembangunan ekonomi nasional untuk mencapai hasil pembangunan industri, menyeimbangkan dan menjaga stabilitas nasional. Pertumbuhan ekonomi yang baik ditandai dengan aktivitas perdagangan yang telah mengenal kesejahteraan nasional atau perdagangan yang sejahtera, sehingga kebahagiaan masyarakat berarti sudah tercapai.

Sektor perdagangan merupakan salah satu sektor yang menggerakkan perekonomian negara. Banyak orang mencari nafkah dengan bekerja di perdagangan. Perdagangan telah menjadi pilihan mudah bagi para pebisnis untuk mencari penghasilan. Mulai dengan modal yang relatif kecil, diikuti dengan pengalaman berdagang yang memadai untuk memastikan hasil perdagangan sesuai dengan kebutuhan mereka¹. Namun yang dihadapi oleh

¹ Ira Puspitasari, "Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)," *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2019): 41–51.

pelaku pedagang yaitu sulitnya memasarkan usaha dagangannya. Sehingga para pelaku bisnis membantu menjual produknya dan menemukan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan dan memaksimalkan pendapatan atau keuntungan.

Persaingan antar pelaku juga penting dalam dunia bisnis. Bahkan dalam Islam pun tidak melarang pemeluknya untuk bersaing dalam kebaikan. Walaupun di era modern ini persaingan bisnis semakin meningkat pesat, dengan semakin ketatnya persaingan banyak pengusaha yang mengabaikan etika bisnis Islam untuk mencari keuntungan etika berbisnis. Kebanyakan pengusaha mencoba untuk membuat keuntungan sebanyak mungkin dalam berbisnis. Guna memperoleh keuntungan sebesar-besarnya menghalalkan seluruh segala cara semacam berupaya se-efektif mungkin dan se-efisien mungkin dalam mendapatkan bahan baku, pengolahan bahan baku, para pekerja, sistem operasional, pemasaran serta distribusinya.

Pertumbuhan serta perkembangan perekonomian yang begitu pesat menimbulkan kebutuhan manusia terus bertambah. Kebutuhan terus bertambah disebabkan jumlah penduduk yang besar, yang meningkat setiap bulannya mengakibatkan persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat. Perihal itu nampak oleh banyaknya orang yang bekerja keras untuk memenuhi kebutuhannya. Guna pemenuhan keterbutuhannya yang tak terbatas itu menjadikan individu menjalankan bisnisnya.

Perkembangan dunia bisnis sangat cepat dan dinamis, tentu saja pada titik ini perlu mempertimbangkan aturan dan norma yang bisa menjalankan bisnisnya sendiri. Oleh karena itu pihak-pihak berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan usaha yang dapat berjalan dengan baik, lancar dan berkesinambungan. Bahkan kegiatan ini bisa membawa manfaat dan laba yang optimal bagi keberadaan suatu usaha.

Mengawali dan melaksanakan bisnis pasti tidak boleh terlepas dari adanya etika. Sebab pengimplementasikan berbisnis secara beretika akan

mengarahkan hidup seseorang menuju kebahagiaan akhirnya dengan rida Allah SWT. Etika bisnis Islam berakar pada persyaratan agama yang ditetapkan Nabi Muhammad SAW serta digunakan sebagai sumber pedoman bagi orang-orang muttaqin, ialah mereka yang bertaqwa kepada Allah SWT. Etika bisnis Islam berpotensi menjadi dasar segala aktivitas termasuk transaksi bisnis bersifat global².

Bisnis berperan penting dalam kehidupan setiap orang dan kehidupan sosial. Menurut Bertens, bisnis melibatkan kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa yang memiliki jangkauan luas dimulai dengan kegiatan yang mengubah bahan baku menjadi bahan yang sudah siap untuk diperjualbelikan, distribusikan ke konsumen, penyediaan jasa, pembelian dan penjualan barang atau kegiatan yang berhubungan dengan pekerjaan yang dimaksud untuk tujuan pendapatan atau keuntungan³. Dalam pandangan etika bisnis di Indonesia khususnya, para pedagang semata tertuju pada upaya memaksimalkan laba sebesar-besarnya serta cenderung fokus kepada kepentingan sepihak, di lain sisi, nilai-nilai ataupun etika keislaman banyak ditanggalkan para pedagang, terlebih dalam dunia perniagaan.

Guna menyikapinya, Islam mengatur segala aktivitas manusia, termasuk amalan muamalah, menetapkan batasan ataupun pemisah antara apa yang bisa dicapai serta apa yang dilarang khususnya etika bisnis, supaya tak ada salah satu pihak berusaha menghindari perasaan dirugikan. Etika dan bisnis merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, sebab saling melengkapi. Sebagai prinsip moral yang membatasi ataupun pembeda benar ataupun salah dalam bisnis, etika merupakan bagian dari ekonomi sebagai wujud aktivitas individu yang ditunjukkan guna pemenuhan kebutuhan hidup. Jadi, bisnis membutuhkan etika. Kemudian munculah istilah etika

² Panji Ardiansyah, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Quadrant, 2017), h. 506.

³ K Bertens, *Pengertian Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2013), h. 17.

bisnis⁴. Etika bisnis adalah prinsip-prinsip etika yang mengatur semua aktivitas bisnis.

Pelaku bisnis wajib menerapkan etika bisnis Islam yang Rasullullah SAW ajarkan dalam menunaikan aktivitas bisnisnya lewat mengamalkan ciri-ciri karakteristik perdagangan yaitu *shiddiq, fatanah, amanah* dan *tabligh*. hal ini dijelaskan dalam firman Allah SWT yang berbunyi sebagai berikut⁵:

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

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

Maka dari itu kita sebagai pengusaha muslim, kita harus memahami bahwa menurut ajaran Islam, manusia berlomba-lomba mengejar kebaikan dalam hal berbisnis. Jelaslah bahwasanya konsep persaingan usaha berbasis Al-Qur'an mendorong perusahaan guna bersaing dengan memberi kontribusi yang baik dan tidak menjatuhkan pengusaha lain. Menyarankan pengusaha untuk tidak merugikan orang lain. Selain itu, Al-Qur'an juga mendukung konsep tidak berlomba-lomba untuk meraup kekayaan sebanyak-banyaknya, tanpa berlandas nilai Islami. Karena melupakan kewajibanmu sebagai hamba Allah akan membuat lengah. Sekalipun keadaan bersaing tengah dialami, tentu bagi pengusaha muslim sangat penting memahami konsep persaingan yang agama anjurkan supaya tak menjadikan orang lain rugi dan masuk ke dalam keadaan persaingan yang tidak sehat dan kemudian melibatkan manusia selalu bekerja untuk memenuhi segala kebutuhannya.

⁴ Buchari dan Donni Juni Priansa Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 114.

⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. . . , h. 277.

Seiring berjalannya waktu, ditandai oleh pesatnya perkembangan perekonomian, menjadikan makin ketatnya persaingan antar perusahaan. Perihal itu menjadikan para pebisnis mempergunakan beragam cara guna medapat laba, bahkan mereka seringkali abai terhadap etika dalam berbisnis, yang mana merupakan seperangkat nilai baik, salah, benar, dalam bisnis berlandaskan pelbagai prinsip etika. Etika bisnis Islam merupakan standar etika berdasarkan Al-Qur'an dan hadits dan harus menjadi standar bagi semua yang berbisnis⁶.

Berdasarkan penelitian terdahulu ada berbagai temuan yang berbeda seperti temuan yang telah dilakukan oleh Brian Indrajaya dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dalam persaingan usaha beberapa pedagang bersaing secara tidak adil dan tidak sehat dengan menaikkan atau menurunkan harga suatu produk dengan menjualnya di bawah harga pasar yang telah ditentukan⁷. Temuannya sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sundari (2020) menjelaskan bahwa dengan menerapkan etika bisnis Islam dapat menjadikan pedagang lainnya yang saling menjatuhkan sesamanya merugi⁸. Tetapi terdapat temuan yang berbeda oleh Titik Pramitasari (2019) bahwa persaingan usaha dapat mempertahankan dengan keistiqomahan dalam mengimplementasikan etika bisnis Islam supaya berbagai hal yang bisa merugikan orang lain tak terjadi seperti menentukan harga sesuai dengan biaya product (*product cost*) sehingga harga sesuai dengan mekanisme pasar, menghasilkan bahwa 4 prinsip yang dilakukan secara keseluruhan, penerapan tersebut sudah selaras dengan etika bisnis⁹.

⁶ H. Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar PLUS, 2012), h. 29.

⁷ Brian Indrajaya, *Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karang Lewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam*, (Skripsi: IAIN Purwokerto, 2019).

⁸ Sundari, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo", (IAIN Ponorogo, 2020).

⁹ Titik Pramitasi, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Pada Home Industry Tenun Tikar Nies Collection)", (UIN Sunan Ampel, 2019).

Bisnis yang sesungguhnya yaitu bisnis yang tidak mengabaikan terhadap etika, sehingga memberi konsumen dampak yang positif. Perihal itu sangatlah penting untuk kelangsungan bisnis karena keberhasilan bisnis tergantung pada etika orang-orang yang melakukan bisnis. Penerapan etika bisnis kepada masyarakat sangat diminati segenap kalangan¹⁰. Terkhusus masyarakat pedagang yang terdapat di Johar Trade Mall Semarang yang sebagian beragama Islam. Implementasi etika bisnis Islam dalam perdagangan sangat berharga dikarenakan dalam sebuah organisasi bisnis, khususnya dalam perdagangan, harus ada pelaku-pelaku yang jujur, adil serta objektif, tak curang, tidak berkhianat, serta bisa menjauhi sifat tercela lainnya, sehingga eksistensi bisnis dapat silih menguntungkan, bukannya keuntungan sepihak, akan tetapi keduanya, perihal ini antara penjual serta pembeli silih memerlukan¹¹. Namun pada dasarnya masih banyak terjadi pelanggaran dan belum menerapkannya etika dalam berbisnis.

Etika bisnis adalah aturan yang menekankan prinsip perilaku, aturan ini berasal dari aturan tertulis atau tidak tertulis. Etika bisnis Islam yaitu bisnis yang mencakup seluruh aspek individu, perusahaan, serta masyarakat. Dalam sebuah perusahaan etika bisnis bisa membentuk nilai, norma, dan sikap karyawan dan manajer guna membangun relasi yang adil serta sehat dengan rekan kerjanya, pemegang saham, serta masyarakat. Karenanya, kita sebagai umat muslim dianjurkan guna berdagang dengan keinginan sekadar karena Allah SWT semata. Sebab rezeki telah diatur, kita cuman berupaya berkeaktivitas tanpa merugikan pihak lain.

Objek yang dilakukan pada penelitian ini merupakan pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang yang berada di jalan K.H Agus Salim Kauman Kecamatan Semarang Tengah Kota Semarang. Para penjual di Johar Trade Mall Semarang menjual banyak sekali berbagai ragam pakaian meliputi

¹⁰ Alma Buchari, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 47.

¹¹ Hasan Aedi, *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Cet. I, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 7.

pakaian perempuan, laki-laki, hingga anak pun juga ada. Johar Trade Mall Semarang terkenal dengan tempat grosir pakaian yang relatif murah. Terkenalnya Johar Trade Mall Semarang sebagai tempat grosir pakaian yang murah menimbulkan terdapatnya beberapa pedagang yang belum memahami apa itu etika bisnis Islam, dalam pandangan etika bisnis Islam berdasarkan persaingan usaha di Johar Trade Mall Semarang para pedagang grosir pakaian bersaing cukup sehat, namun masih ada sebagian kecil pedagang yang belum maksimal dalam menerapkannya¹².

Pada aktivitas perniagaan ada perihal yang sepatutnya jadi nilai buat dicermati, ialah tentang sikap maupun etika berdagang khususnya etika pedagang dalam Islam. Realitanya, para penjual seringkali melakukan aktivitas jual beli hanya demi keuntungan semata, tanpa mencermati nilai-nilai Islam yang semestinya menjadi landasan dalam melaksanakan proses jual beli, artinya banyak pedagang di Indonesia hanya fokus memaksimalkan usahanya untuk mendapatkan keuntungan, mencari laba sebesar-besarnya serta kecenderungan untuk kepentingan sepihak, khususnya pada pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang harus mempunyai strategi yang diajarkan Rasulullah, karena etika bisnis Islam menjadikan perdagangan berlaku secara *vertical* (manusia dengan Tuhan) maupun *horizontal* (manusia dengan manusia) dan pada akhirnya mendapatkan keuntungan yang nyata (*profit*).

Berdasar permasalahan diatas, periset bermaksud guna mengkaji serta menganalisis masalah berkenaan dengan etika bisnis Islam dan persaingan usaha terhadap pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang, dalam bentuk skripsi yang berjudul: **“Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian di Johar Trade Mall Semarang”**

¹² Supri, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis etika bisnis Islam dalam persaingan usaha pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang ?
2. Bagaimana persaingan usaha terhadap pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Riset ini bertujuan :

- a. Guna mengetahui analisis etika bisnis Islam dalam persaingan usaha pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang.
- b. Guna mengetahui persaingan usaha terhadap pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis :

Riset ini diharap akan menambahkan pengetahuan serta wawasan bagi yang memerlukan dalam mengangkat permasalahan serupa dan menambahkan pengetahuan tentang ekonomi Islam, khususnya analisis etika bisnis Islam. Di lain sisi, riset ini berfungsi pula guna mengidentifikasi serta memahami etika bisnis Islam dalam persaingan usaha.

- b. Manfaat Praktis :

Manfaat praktis yang diharap oleh hasil riset ini yaitu memberi informasi serta pengetahuan kepada masyarakat luas, khususnya kepada pelajar dan para pedagang grosir pakaian tentang masalah etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam.

D. Tinjauan Pustaka

Pada penyusunannya, periset mencoba mengidentifikasi sejumlah riset yang sebelumnya sudah dilaksanakan berkenaan dengan masalah yang periset selidiki. Peneliti memperoleh sejumlah informasi dari pelbagai sumber yang

layak guna disajikan, terkhusus mengenai etika bisnis Islam dalam persaingan usaha yang bisa membantu periset dalam menggabungkan teori serta hasil riset terdahulu untuk referensi, perbandingan, atau perbaikan dalam tinjauan pustaka. Beberapa literatur penelitian sebelumnya yang penulis hubungkan dengan masalah penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan Mutmainnah dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh”

Riset ini mengkaji mengenai praktik etika bisnis Islam dalam transaksi jual-beli di pasar Peunayong Banda Aceh serta guna mengetahui bagaimana pengetahuan etika bisnis Islam yang dipraktikkan di kalangan pedagang di pasar Peunayong Banda Aceh. Riset ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, menggunakan teknik pengumpulan data, pengamatan, serta interview. Pada riset ini respondennya ialah penjual sayur, penjual ikan, serta penjual ayam dari pasar tradisional Peunayong. Hasil riset memperlihatkan bahwasanya implementasi etika bisnis Islam yang dilakukan di pasar Peunayong Banda Aceh belum sepenuhnya dilaksanakan terlebih dalam hal pertanggungjawaban serta kebenaran, kebajikan serta kejujuran yang selalu mementingkan keuntungan sendiri¹³. Perbedaan penelitian skripsi Mutmainnah berfokus pada penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli, sedangkan peneliti angkat berkaitan dengan analisis etika bisnis Islam dalam persaingan usaha.

2. Penelitian yang dilakukan Aprilia Tri Wulandari dengan berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Dolopo Madiun”

¹³ Mutmainnah, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh”, (Skripsi: UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019)

Penelitian ini, perilaku pedagang makanan pokok di pasar Madiun tak selaras dengan nilai-nilai etika bisnis Islam. Terjadi perubahan etika bisnis Islam dalam jual-beli yang pedagang makanan lakukan, sehingga merugikan pihak lainnya, kerugian tersebut dikarenakan para pedagang makanan pokok abai terhadap etika bisnis Islam dengan melakukan kecurangan dalam penjualan lewat pengurangan skala ataupun ukuran serta meraup laba yang tak masuk akal. Riset tersebut menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitiannya adalah riset lapangan. Selanjutnya teknik pengumpulan data lewat pengamatan, interview, serta dokumentasi. Sedang teknik analisis data memakai data induktif dengan cara mendeskripsikan data yang disandingkan dengan teori¹⁴. Perbedaan penelitian skripsi Aprilia Tri Wulandari adalah fokus pada pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang makanan pokok, sedangkan peneliti bahas adalah terkait dengan analisis etika bisnis Islam di bidang sandang pada pedagang grosir pakaian.

3. Penelitian yang dilakukan Ayu Naili Farikhah yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Bisnis Kain Batik Di Desa Tirto Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan”

Riset ini mengkaji tinjauan etika bisnis Islam terhadap penggantian merek dalam bisnis kain batik di desa tirto kecamatan pekalongan barat kota pekalongan dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam pengambilan keuntungan dalam bisnis kain batik di desa tirto kecamatan pekalongan barat kota pekalongan. Jenis penelitiannya yaitu peneliti lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Hasil penelitian yaitu bahwa pemilik toko batik sanaya dalam pengambilan keuntungan sesuai dengan etika

¹⁴ Aprilian Tri Wulandari, “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Semvako Di Pasar Dolopo Madiun*”, (Skripsi IAIN Ponorogo, 2021).

bisnis Islam yakni tidak lebih dari 50%¹⁵. Perbedaan penelitian skripsi Ayu Naili berfokus pada tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik bisnis kain batik, sedangkan peneliti angkat berkaitan dengan analisis etika bisnis Islam dalam persaingan usaha.

4. Penelitian yang dilakukan Saifudin Yusuf yang berjudul “Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Ngunut)”

Tujuan riset ini ialah untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis para pedagang secara syariah Islam, bagaimana praktik etika bisnis yang dilakukan para pedagang muslim yang ada di pasar ngunut. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut ditemukan bahwa belum sepenuhnya para pedagang di Pasar Ngunut faham mengenai etika bisnis syariah, namun dari jawaban yang mereka berikan mengenai menjaga kehalalan produk serta bagaimana menjaga kepercayaan pelanggan sudah bisa dikatakan bahwa mereka sedikitnya telah menerapkan etika bisnis secara syariah¹⁶. Perbedaan yang menjadi inti penelitian saifudin adalah mengkaji praktik etika bisnis syariah, sedangkan peneliti lakukan mengkaji etika bisnis syari’ah dalam upaya bersaing.

5. Penelitian yang dilakukan Ainun Mardhiyah dan Feby Aulia Safrin yang berjudul “Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan usaha antara toko tradisional dan toko modern yaitu harga, lokasi, pelayanan dan kelengkapan produk. Pemilik toko tradisional melakukan strategi penetapan harga dengan

¹⁵ A N Farikhah, “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Bisnis Kain Batik Di Desa Tirto Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan*”, (Skripsi IAIN Ponorogo, 2021).

¹⁶ Saifudin Yusuf, “*Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Ngunut)*,” *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, Vol. 6, No. 2 (2021):169-177.

menjual di bawah harga produk di toko modern sehingga banyak pembeli yang berlangganan toko tradisional tersebut. Keberadaan toko modern tidak terpengaruh oleh toko tradisional karena memperhatikan strategi bersaing. Penelitian ini dilakukan dikalangan pemilik toko tradisional dengan metode atau pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif¹⁷. Perbedaan penelitian Ainun Mardhiyah dan Feby Aulia Safrin terletak pada faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan usaha, sedangkan peneliti angkat sebagai objek penelitian difokuskan pada etika bisnis Islam dalam persaingan usaha.

6. Penelitian yang dilakukan Didi Sukardi, Slamet Firdaus dan Ima Sri Fatmawati berjudul “Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha *Home Industry* Tape Ketan Cibereum”

Penelitian ini menunjukkan bahwa persaingan usaha *home industry* tape ketan di Desa Cibereum termasuk pada model persaingan usaha tidak sehat, karena terdapat kecurangan pengusaha yang tidak jujur. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif dengan memanfaatkan pendekatan hukum Islam. Teknik pengumpulan data yang dilakukan, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi¹⁸. Perbedaan penelitian Didi Sukardi terletak pada objek penelitiannya yaitu analisis hukum Islam terhadap persaingan usaha, sedang pada objek periset mengkaji tentang analisis etika bisnis Islam dalam persaingan usaha pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang.

¹⁷ Ainun Mardhiyah and Feby Aulia Safrin, “*Persaingan Usaha Warung Tradisional Dengan Toko Modern*,” Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 8 No. 1, (2021): 91-99.

¹⁸ Didi Sukardi, “*Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Industry Tape Ketan Cibereum*,” Al-Mustafa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam, Vol.3, No.2, (2018): 183.

7. Penelitian yang dilakukan Siti Hofifah yang berjudul “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam”

Tujuan dari riset ini ialah guna mengetahui kompetensi bisnis pedagang musiman di kawasan Ngebel Ponorogo serta guna mengetahui perspektif etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang musiman di kawasan itu. Penelitian ini menggunakan wawancara dan survey kepustakaan untuk mendapatkan data yang valid mengenai pedagang musiman di desa Ngebel dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Berdasar hasil riset dapat ditarik kesimpulan bahwasanya sejumlah pedagang tak mempergunakan etika bisnis Islam dikarenakan persaingan yang banyak serta guna mencari laba sebanyak mungkin untuk keterbutuhan ekonomi mereka¹⁹. Perbedaan dalam penelitian ini adalah hanya fokus pada inti perdebatan apakah pedagang musiman di Ngebel Ponorogo memahami dan menerapkan etika bisnis Islam, sedangkan fokus periset ialah membahas mengenai analisis etika bisnis Islam dalam persaingan usaha pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang.

8. Penelitian yang dilakukan Siska Yuli Anita yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam)

Tujuan dari riset ini ialah guna memahami bagaimana strategi bersaing UMKM keripik pisang dan mengetahui bagaimana UMKM keripik pisang bersaing dalam etika bisnis Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang menggunakan metode pengumpulan

¹⁹ Siti Hofifah, “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* Vol. 3, No. 2 (2020): 37–44.

data berupa observasi, dokumentasi dan studi literatur. Hasil penelitian UMKM keripik pisang di UMKM Center Jl. Z.A Pagar Alam Kota Bandar Lampung berpotensi guna terus mengalami perkembangan. Berdasarkan data yang diperoleh, dijelaskan bahwa setiap bisnis mengalami fluktuasi pendapatan akibat adanya pandemi Covid-19, sehingga diperlukan strategi bersaing yang baik untuk memperkuat bisnis di tengah pandemi saat ini. Kekuatan yang bisa digunakan di masa pandemi saat ini adalah produk UMKM yang telah terkenal di masyarakat. Sisi lain, pemilik usaha UMKM keripik pisang juga punya strategi yang sejalan dengan etika bisnis Islam yakni, amanah, fatonah, tabligh, serta shiddiq²⁰. Perbedaan penelitian oleh Siska Yuli Anita yaitu strategi persaingan UMKM keripik pisang di masa pandemi Covid-19 dalam perspektif etika bisnis Islam, sedangkan peneliti berfokus pada etika bisnis Islam dalam persaingan usaha pedagang grosir pakaian.

Berdasarkan penelitian sebelumnya diketahui bahwasanya objek penelitian yang dikaji berbeda, lokasinya pun berbeda dengan penelitian sebelumnya dan mempunyai perbedaan dalam risetnya.

E. Metode Penelitian

Pada dasarnya metode penelitian ialah metode ilmiah guna memperoleh data dengan maksud serta tujuan tertentu. Umumnya ada tiga jenis tujuan penelitian, yakni sifatnya penemuan, verifikasi, pengembangan. Data penelitian yang didapatkan bisa dipakai guna memahami, memecahkan, serta memprediksi masalah²¹. Sehingga, metodologi penelitian ialah suatu proses menganalisis dan mengekstraksi kebenaran tentang masalah yang dikaji

²⁰ Siska Yuli Anita, “Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM ...,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 8, No. 01 (2022): 352–362.

²¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 2.

memakai prosedur kerja sejalan dengan disiplin ilmu yang berlaku. Adapun mengenai metode penulisan yang digunakan dalam penelitian ini untuk sebuah skripsi yang baik dan fokus pada objek penelitian, yaitu:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Riset dalam skripsi ini peneliti memakai jenis penelitian data kualitatif yang diinginkan dalam penelitiannya, yang mana merupakan prosedur riset yang menghasilkan informasi data deskriptif berbentuk kalimat yang tertulis ataupun lisan individu serta pelakon yang bisa diamati serta ditunjukkan pada latar serta orang secara utuh²². Maka dari itu, tak diperbolehkan guna mengisolasi individu ataupun sekelompok lembaga pada suatu variabel ataupun hipotesis, akan tetapi memandang sebagai kesatuan utuh.

Penelitian kualitatif bertujuan guna menguasai sebuah fenomena dari perspektif partisipan, konteks sosial, serta institusi dengan tujuan utamanya untuk menjelaskan sebuah permasalahan, namun menciptakan generalisasi²³. Karenanya, periset tertarik untuk memahami serta mendeskripsikan apa yang dipahami serta menjadi gambaran tentang objek penelitian. Lewat penelitian kualitatif berikut, periset bertujuan untuk mendapatkan penggambaran secara mendalam tentang bagaimanakah etika bisnis Islam dalam persaingan usaha terhadap pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang.

2. Sumber Data

Dalam melakukan sebuah penelitian sumber data merupakan sumber-sumber dari mana data tersebut dapat diperoleh²⁴. Saat melakukan survei sumbernya bisa berupa tempat atau orang yang membagikan informasi

²² Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h. 82.

²³ Albi et al Anggito, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: Jejak Publisher, 2018), h. 15.

²⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 172.

tentang data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Indriantoro dalam bukunya mendefinisikannya sebagai sumber data riset yang berasal langsung dari sumber aslinya (tak melalui perantara)²⁵. Tentu saja ada manfaat menggunakan data ini termasuk ke dalam karena data ini menggunakan data terbaru yang dipeoleh dari masalah ini. Namun kekurangan dimiliki pula oleh riset ini, yakni cenderung lambannya pengumpulan data serta memerlukan waktu lama, responden sebagai subjek penelitian yang terkadang menolak memberikan data, serta memiliki kelemahan lainnya²⁶. Sumber data primer yang dimaksud dalam penelitian ini dilakukan dengan data-data yang diperoleh melalui wawancara dengan sejumlah pertanyaan lisan terstruktur yang diajukan kepada pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang secara langsung.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang digunakan untuk mendukung data primer yang didapatkan ataupun dikumpulkan dari pelbagai macam sumber yang sudah ada melalui artikel, wawancara, data dokumen, dan lain sebagainya, yang sesuai dengan bahasan penelitian atau sumber data yang dikumpulkan dari tangan kedua²⁷. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder diperoleh dari sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan, yang meliputi buku-buku, jurnal, hasil penelitian terdahulu, internet, dan hal lainnya yang

²⁵ Nur Asnawi, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Malik Press, 2011), h. 153-154.

²⁶ Victorianus Aries. Siswanto, *Strategi Dan Langkah-Langkah Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 56.

²⁷ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Cet. IV, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), h. 91.

berkenaan dengan judul riset²⁸. Dikarenakan periset membutuhkan buku dan sumber lainnya sebagai panduan riset serta penyempurnaan riset ini, dalam sumber data sekunder diperoleh dari buku yang berkaitan dengan judul penelitian seperti pembahasan “Etika Bisnis Islam”, “Persaingan Usaha”. Karena penulis membutuhkan buku sebagai panduan penelitian dan menyempurnakan penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ialah suatu metode yang harus dilakukan oleh peneliti ketika melaksanakan suatu penelitian. Pada dasarnya penelitian secara objektif mengumpulkan data yang sebenarnya. Data yang diperoleh dalam penelitian ini diantaranya:

a. Observasi

Observasi ialah teknik pengumpulan data yang menuntut periset terjun ketempat kejadian untuk mengobservasi ihwal yang berkenaan dengan ruang, lokasi, pelaku, aktivitas objek, waktu, peristiwa, tujuan, serta perasaan²⁹. Pada penelitian ini peneliti mengamati bahwa objek yang terhubung lebih efektif. Peneliti membuat pilihan ini dengan cara meneliti data, informasi, dan fakta yang diperoleh dari penelitian ilmiah dengan cara sebaik mungkin³⁰. Dengan teknik ini, kondisi yang terjadi di lapangan ditentukan secara langsung dan realistis.

Tujuan utama observasi adalah untuk memberikan gambaran tentang wilayah yang diamati beserta kegiatan yang dilakukan dan pihak-pihak terlibat didalamnya. Serta guna mendapatkan perspektif individu dalam menganalisis suatu kejadian³¹. Pada penelitian ini

²⁸ Moh Kasmir, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Malang: UIN Malik Press, 2010), h. 178.

²⁹ Djuanaidi Ghoni dan Fauzan Almashur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), h. 165.

³⁰ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 85.

³¹ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 132.

observasi peneliti digunakan untuk mengamati usaha pedagang grosir pakaian yang disebabkan adanya etika bisnis Islam dalam persaingan usaha. Observasi ini dilakukan hanya untuk melengkapi hasil wawancara dan dokumentasi.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian berlangsung secara lisan antara pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan narasumber memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan kepada pewawancara atau peneliti³². Wawancara memiliki kemampuan untuk menghasilkan pemahaman yang dihasilkan dari keadaan berdasarkan peristiwa interaksional yang khusus³³. Maka penelitian ini melakukan wawancara kepada pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang.

Dalam penelitian kualitatif wawancara adalah teknik paling penting. Hal ini untuk menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur atau wawancara mendalam untuk menemukan masalah yang lebih terbuka (*in-dept interview*), untuk menemukan masalah yang lebih terbuka, yang mana pihak yang diwawancarai dimintai pendapatnya serta idenya³⁴. tanggapan yang didengar dalam penelitian ini juga dituturkan dalam bahasa yang santun. Melengkapi hasil penelitian dan memperjelas data yang diperoleh, dilakukan kegiatan wawancara.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kumpulan data tentang hal-hal yang berupa catatan, tulisan, dan gambar, seperti buku, majalah, koran,

³² Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), h. 186.

³³ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h. 115.

³⁴ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2007), h. 111.

dokumen, catatan harian, dan lainnya. Dokumentasi merupakan pelengkap pengumpulan data melalui observasi dan wawancara³⁵. Temuan penelitian berdasarkan observasi dan wawancara lebih kredibel dan akurat jika didukung dengan dokumentasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dokumentasi berupa foto sebagai data pelengkap guna memperkuat teknik pengumpulan data.

4. Teknik Analisis Data

Pada riset ini analisis data bersifat konstruktif dan memakai data kualitatif untuk mengembangkan serta menemukan teori sosial. Tujuannya ialah guna mengkoordinasikan dan data yang dikumpulkan meliputi catatan lapangan serta jawaban periset, penggambaran, foto, dokumen, artikel, serta lainnya³⁶. Tidak hanya itu pula mereduksi data sebagai aktivitas dalam merangkum serta memilah perihal pokok dan terfokuskan pada perihal yang berarti dengan mencari tema ataupun polanya.

Analisis deskriptif kualitatif ialah analisis data yang didapatkan dari hasil pendokumentasian, pengamatan, serta wawancara, serta mencakup tanggapan informan selama wawancara lisan. Pada penelitian ini digunakan analisa penelitian memakai cara analisis deskriptif. Penulis memakai tata cara analisis deskriptif yaitu prosedur ataupun metode memecahkan permasalahan penelitian dengan menguraikan kondisi objek yang diselidiki (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) sebagaimana terdapatnya serta pula bersumber pada fakta-fakta yang akurat pada saat ini³⁷.

³⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Cet. 13, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 231.

³⁶ Deddy Maulana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*, (PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 80.

³⁷ Hasan Nawawi, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*, Cet. II, (Yogyakarta: Gajah Mada University, 1995), h. 67.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif. Selanjutnya semua data riset yang sudah terkumpulkan dan didapatkan dianalisis secara kualitatif melalui menjelaskan masalah secara jelas serta rinci. Periset mengumpulkan informasi dari pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang.

F. Sistematika Penulisan

Pada penyusunan skripsi diperlukan pembahasan yang sistematis untuk memperjelas isi skripsi ini. Maka peneliti menyusun sistematikanya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan serta kebermanfaatan riset, tinjauan pustaka, metode riset (jenis serta pendekatan dalam riset, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data), dan terakhir sistematika penulisan skripsi.

Bab II Landasan Teori

Berisi landasan teori yang berkenaan dengan pembahasan permasalahan yang dikaji periset, landasan ini yang dipakai guna menganalisis data dalam laporan riset. Dalam ihwal ini mencakup teori berkenaan dengan etika bisnis Islam serta persaingan usaha

Bab III Gambaran Umum Objek Penelitian

Bab ini berisi deskripsi mengenai objek penelitian yaitu gambaran umum Johar Trade Mall Semarang dan profil johar Trade Mall Semarang, visi misi, struktur organisasi, tugas dan produk di Johar Trade Mall Semarang

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pembahasan data yang sejalan dengan dua rumusan permasalahan. Dalam ihwal ini menjelaskan analisis etika bisnis Islam dalam persaingan usaha yang terjadi di Johar Trade Mall Semarang.

Bab V Penutup

Terakhir, bab ini memuat simpulan serta saran. Simpulan atas hasil riset itu mempunyai tujuan guna menjawab rumusan permasalahan riset serta dilengkapi dengan saran sabagai rekomendasi atas hasil riset.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika

Suatu perbuatan atau perkataan dengan kata-kata secara sadar (impisit) yang membahas mengenai ilmu perilaku manusia yaitu didefinisikan sebagai istilah etika³⁸. Etika dapat diartikan sebagai moralitas seseorang dalam berperilaku. Berdasar Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika terjelaskan dengan membedakan 3 makna: 1) pengetahuan mengenai baik ataupun buruk serta hak serta kewajiban moral (akhlak), 2) Kelompok ataupun nilai dasar yang berkaitan dengan moralitas, 3) Nilai kebaikan ataupun kejahatan yang dimiliki oleh sebuah kelompok ataupun masyarakat³⁹.

Pengertian selanjutnya bermula dari bahasa Yunani *ethos* yang bermakna adat ataupun kebiasaan. Jadi, etika mengacu pada nilai-nilai, cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik dan semua kebiasaan yang dianut diturunkan dari orang ke orang atau dari generasi ke generasi⁴⁰. Secara terminologis makna kata etika sangat dekat dengan makna istilah dalam Al-Qur'an *al – khuluq*⁴¹. Kata *Khuluq* bermula dari kata dasar *khaluqa-khuluqan*, bermakna tabiat, kepribadian, budi pekerti, dan kebiasaan. Dalam Islam sebutan yang sangat dekat dengan

³⁸ Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam*, (Deepublish, 2021), h. 11.

³⁹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1995), h. 271.

⁴⁰ Ahmad Syafiq, “Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam,” *El-Faqih : Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam* 5, no. 1 (2019): 96–113.

⁴¹ Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015), h. 6.

etika ialah *khuluq*.⁴² Di dalam Al-Qur'an kata *khuluq* disebutkan dua kali, pertama disebut dalam ayat:

إِن هَذَا إِلَّا خُلُقُ الْأَوَّلِينَ⁴³

Artinya: “(Agama kami) ini tidak lain hanyaah adat kebiasaan orang-orang terdahulu”. (QS. As-Syu'ara:137)

Dan kedua, dalam pengertian luhur sebagaimana disebut dalam ayat:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya: “Dan sesungguhnya engkau benar-benar berbudi pekerti yang luhur”. (QS. Al-Qalam:4)

Keutamaan berbudi luhur inilah yang dimaksud dengan akhlak. Kata akhlak itu sendiri jelas berasal dari Hadits Nabi Muhammad SAW, “Sesungguhnya aku diutus menyempurnakan akhlak”⁴³.

Ada beberapa pendapat para ahli mengenai istilah etika adalah sebagai berikut:

- Menurut Griffin Ebert etika adalah keyakinan tentang perihal yang benar serta salah, ataupun baik serta buruk dalam kegiatan yang mempengaruhi orang lain⁴⁴.
- Menurut M Dawan Raharjo, etika dan moral memiliki maksud yang sama sebab kedua kata tersebut dapat disesuaikan atau disamakan sebagai *custom or mores*⁴⁵.
- Menurut Achmad Charris zubair menyatakan bahwa etika serta moral mempunyai makna yang sama, tetapi penerapannya sedikit berbeda, yaitu moralitas digunakan

⁴² Rafeek Issa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 3.

⁴³ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Aswaja Pressindo, 2014), h. 45.

⁴⁴ Hasan Basri, *Bisnis Pengantar*, (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2005), h. 47.

⁴⁵ Dawam Raharjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990), h. 3.

untuk perilaku yang dievaluasi dan etika digunakan untuk mempelajari sistem nilai yang ada⁴⁶.

Etika bagi seseorang terwujud sebagai hati nurani moral yang mengandung keyakinan bahwa sesuatu itu benar atau salah. Timbul perasaan bahwa ia akan salah jika melakukan sesuatu yang ia yakini salah, menyimpang dari standard moral, dan rasa bangga jika meninggalkannya tentu harus bertanggung jawab atas tindakannya sendiri. Demikian pula dalam sikapnya terhadap orang lain ketika pekerjaannya menghalangi atau sebaliknya mendapat pujian. Maka etika dapat dimaknai sebagai kebiasaan ataupun adat istiadat yang menunjukkan perilaku seseorang, yakni suatu bentuk perilaku atau sikap yang dianggap benar atau salah⁴⁷.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa etika ialah keseluruhan nilai-nilai tentang kebaikan, kebenaran yang diwujudkan dengan suatu perbuatan atau perilaku seseorang sehingga melahirkan kondisi kehidupan yang lebih baik terlebih dalam masyarakat.

b. Pengertian Bisnis

Istilah bisnis bermula dari bahasa Inggris, yakni *business* yang bermula dari kata sifat *busy*, mempunyai arti sibuk dan bisa dimaknai sebagai kegiatan ekonomi, yaitu aktivitas membuat (produksi), menjual (distribusi), membeli (konsumsi) barang ataupun jasa⁴⁸. Bisnis secara umum didefinisikan sebagai suatu motif individu guna memperoleh keuntungan materi (laba) selain fungsinya memenuhi serta memuskan pelanggan. Selanjutnya, bagaimana Islam melihat bisnis itu sendiri. Dalam Islam, dijelaskan bahwasanya bisnis ialah

⁴⁶ Achmad Charris Zubair, *Kuliah Etika*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1997), h. 13.

⁴⁷ Hadis Idri, *Hadits Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 323.

⁴⁸ Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics: Mengacu Pada Al-Qur'an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, Dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), h. 2-3.

berbagai bentuk kegiatan yang berbeda, tidak dibatasi oleh tingkat kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, tetapi dengan cara asset diperoleh dan digunakan (ada aturan halal dan haram)⁴⁹. Bisnis bisa pula dimaknai sebagai sebuah lembaga yang memproduksi barang ataupun jasa yang masyarakat butuhkan.

Bisnis yakni sekumpulan aktivitas bisnis dalam pelbagai wujudnya, yang tak dibatasi oleh jumlah (besarnya) pemilikan hartanya (barang ataupun jasa) termasuk keuntungannya, namun terbatas pada cara mendapat serta menggunakan hartanya (ada yang halal dan syarat haram)⁵⁰. Bisnis juga dapat dimaknai sebagai sebuah lembaga ataupun pelaku ekonomi yang melaksanakan kegiatan wirausaha dalam wujud: produksi ataupun distribusi barang dan jasa, mengejar keuntungan, dan upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Bisnis dalam Al-Qur'an diterangkan melalui kata *tijarah* yang mencakup 2 implikasi, jadi secara umum atau universal berarti perniagaan antara insan dengan Allah SWT. Kala individu memilih hidayah dari Allah SWT, mencintai Allah SWT dan Rasul-Nya, berjuang di jalannya dengan harta dan jiwanya, membaca kitab Allah, menunaikan Shalat, menafkahkan sebagian rizkinya. Hingga itu merupakan kesepakatan terbaik antara individu dan Tuhan. Dalam salah satu ayat Al-Qur'an dipaparkan jika seseorang membeli hidayah Allah dengan kesesatan, maka ia termasuk orang yang sial⁵¹.

⁴⁹ Yogiswara Karishma W and Tika Widiastuti, "Etika Bisnis Islam Dalam Pengelolaan Bisnis Di Pesantren Mukmin Mandiri," Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan 4, no. 6 (2017): 464-477.

⁵⁰ Muhammad Ismail Yusanto and Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islami*, Cet. II, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 18.

⁵¹ Ika Yunia Fauzi, "Etika Bisnis dalam Islam", (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2018), h. 7.

Serta arti makna *tijarah* yang kedua yaitu perniagaan secara khusus yang terjalin antar sesama manusia. Beberapa ayat menjelaskan bagaimana berlaku adil antara sesama termaktub dalam surah Al-Baqarah ayat 282, An-Nisa ayat 29, dan An-Nur ayat 37. Pada surah Al-Baqarah ayat 282 menjelaskan bahwa etika serta tata cara jual-beli, utang-piutang, sewa-menyewa, serta transaksi lainnya. Dalam ayat ini juga digunakan sebagai pembukuan atau pedoman kegiatan akuntansi (kewajiban untuk mencatat transaksi) dan notaris (kewajiban memiliki saksi dalam transaksi) dalam diskusi ekonomi dan bisnis Islam. Sebagaimana tercantum dalam surah An-Nur, hendaknya seseorang mengingat Allah dalam bertransaksi, menegakkan shalat, membayar zakat. Untuk mengharapkan perdagangan yang adil dan saling menguntungkan antara satu pihak dengan pihak yang lain, seperti tertera dalam surah An-Nisa⁵².

Bisnis merupakan aktivitas dagang, industri, ataupun finansial yang melibatkan produksi ataupun pertukaran barang ataupun jasa dengan menempatkan uang pengusaha dalam resiko tertentu dengan usaha lainnya guna memperoleh laba. Bisnis yaitu sebuah aktivitas di antara orang-orang yang memproduksi, menjual, atau membeli benda serta jasa guna pemenuhan kebutuhan masyarakat⁵³.

Berdasarkan dari beberapa penjelasan di atas bisa ditarik simpulan bahwasanya bisnis ialah segala bentuk aktivitas ekonomi yang dijalankan secara perorangan, kelompok, ataupun beberapa individu yang bertujuan memproduksi ataupun menjual barang ataupun jasa, sehingga menghasilkan suatu laba, serta bisa terpenuhi kebutuhan serta keinginan masyarakat.

⁵² *Ibid*, h. 8

⁵³ Sri Widyastuti, *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Dunis Bisnis* (Malang: CV IRDH, 2019), h. 131.

c. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam melakukan aktivitas bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melakukan bisnisnya tidak perlu khawatir, karena telah diyakini bahwa itu sesuatu yang baik dan benar. Kegiatan bisnis dari sudut pandang Islam memiliki etika untuk selalu menjaga kejelasan aturan agama (syari'ah) jauh dari keserakahan dan keegoisan. Ketika standar etika ini diintegrasikan ke dalam semua kegiatan bisnis (usaha), bisnis akan menjadi cara untuk membangun masyarakat yang makmur dan sejahtera. Dan yang pasti adalah niat Allah SWT untuk menurunkan agama Islam ini kepada orang sebagai rahmat bagi alam semesta⁵⁴.

Islam menjadikan pasar sebagai tempat dimana bisnis dapat dilakukan secara legal, halal dan ideal. Dalam persaingan yang sehat, nilai dan moral harus berdiri. Dalam ajaran Islam sangat mendukung kebebasan setiap individu, namun tetap dalam nilai-nilai syari'at agar tidak mengarah pada persaingan yang mematikan⁵⁵. Islam dengan demikian mengajarkan umatnya pentingnya menjalankan bisnis sesuai dengan norma dan etika yang diizinkan dalam Islam dengan tujuan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.

Menurut Mustaq Ahmad, etika bisnis Islam yaitu ilmu tentang apa yang baik dan buruk serta tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak. Hal ini bertujuan untuk mengajarkan moralitas manusia dalam perdagangan termasuk perdagangan barang dan perdagangan jasa yang terkait pada Al-Qur'an dan Hadits⁵⁶. Sesuai pernyataan di atas etika bisnis Islam menurut Prof. Amin Suma ialah konsep kegiatan ekonomi

⁵⁴ Lulu Muh Shabiran and Titiek Herwanti, "Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam," *Maqdis kajian ekonomi Islam* 2, no. 1 (2017): 80–92.

⁵⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h. 16.

⁵⁶ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2001), h. 152.

dalam perdagangan ditinjau dari sudut pandang baik dan buruk serta benar dan salah menurut standard akhlak Islam⁵⁷.

Disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah praktik, norma, atau aturan yang baik dalam menjalankan kegiatan usahanya atau hal-hal yang berkaitan dengan ekonomi. Sistem dan aturan dikandungnya mengutamakan nilai-nilai Islam dan menerapkan etika dalam setiap usaha bisnis yang dijalani. Dalam Al-Qur'an sikap bisnis Islam tercermin dari sikap yang diajarkan Nabi Muhammad SAW dalam melaksanakan usahanya yang masih memiliki motivasi dan sikap Al-Qur'an, perlunya berwawasan luas serta perlunya perencanaan, ini sebagaimana firman Allah SWT berbunyi⁵⁸:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتَظِرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ
إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah SWT dan hendaklah setiap orang memerhatikan apa yang telah diperbuat untuk hari esok (akhirat), dan berakwalah kepada Allah SWT. Sungguh, Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (QS. Al-Hasyr:18)

M. Quraish Shihab dalam R. Lukman Fauroni menegaskan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yaitu eksistensi amal yang memiliki visi ke depan, kejujuran, ramah, penawaran yang bijak, tidak dibenarkan monopoli, tegas dan adil dalam menakar timbangan⁵⁹. Adapun etika bisnis Islam yang telah diajarkan Rasulullah SAW saat menjalankan perdagangan. Petunjuk Rasul tentang etika bisnis

⁵⁷ Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam*, Cet. I, (Jakarta: Kholam Publishing, 2008), h. 293.

⁵⁸ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*, h. 548

⁵⁹ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Islam dalam Al-Quran*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2008), h. 13.

terdapat 4 perihal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat perihal tersebut ialah perilaku yang sangat berarti dan menonjol dari Rasulullah SAW, serta sangat diketahui di golongan ulama, tetapi masih sangat sedikit diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang menjadi dasar ialah sifat-sifat Rasulullah SAW yang terdiri dari⁶⁰:

1) *Shiddiq*

Shiddiq yang artinya tidak berdusta dan berkata jujur. Dalam konteks melakukan berbagai macam transaksi bisnis Islam, hal ini tidak hanya benar dalam perkataan tetapi juga harus benar dalam perbuatan.

2) *Amanah*

Amanah yang artinya dapat dipercaya, kredibel dan bertanggung jawab. berbisnis sangat diperlukan adanya kepercayaan antara pelaku bisnis dan konsumen, guna meningkatkan keyakinan pelaku bisnis, pebisnis wajib bertanggung jawab, melakukan sesuatu sesuai dengan syarat atau kesepakatan antara pelaku bisnis dan konsumen. Kesepakatan ini tentu tidak akan mengecewakan atau merugikan salah satu pihak.

3) *Fathonah*

Sifat fathonah itu penting dalam dunia bisnis. Karena semua kegiatan manajemen perusahaan harus cerdas. Yaitu dengan mengoptimalkan potensi penuh untuk mencapai suatu tujuan. Memiliki sifat jujur, setua, dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam manajemen bisnis profesional. Para pebisnis juga harus memiliki sifat

⁶⁰ Iwan Aprianto, dkk, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Deepublish, 2020), h. 13.

fathonah, yaitu sifat cerdas, cerdas dan bijak agar usahanya bisa lebih efisien dan mampu menganalisis situasi persaingan (*competitive environment*) dan perubahan (*change*) di masa depan⁶¹.

4) *Tabligh*

Tabligh yang artinya menyampaikan atau komunikatif. Istilah ini diterjemahkan dalam bahasa manajemen yaitu supel (mudah berkomunikasi), delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali dan supervise⁶². Dalam melaksanakan bisnis Islam dengan keadaan barang yang hendak dijual tidak menutup-nutupi kualitas barang tersebut, kemudian sampaikan dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh seluruh orang.

Menjalan bisnis Islam seorang pebisnis sebaiknya mempunyai komitmen dan mentaati etika bisnis Islam, kemudian konsisten kepada sifat-sifat Rasulullah SAW dalam menjalankan bisnis Islam tersebut.

2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya perspektif etika bisnis dalam Al-Qur'an mencakup lebih banyak mengulas persoalan dalam kehidupan manusia baik pada tingkat individu maupun kolektif. Perihal ini dibuktikan kalau, subyek pertama dan terakhir dari Al-Qur'an terkait dengan perilaku manusia. Sebagai sumber nilai dan ajaran Al-Qur'an bersifat umum dan memerlukan beberapa upaya dan kualifiasai untuk memahaminya.

Al-Qur'an menegaskan bahwa berbisnis tidaklah boleh dilakukan dengan kebohongan serta kedzaliman, hendak di jalani atas dasar sukarela

⁶¹ Lalu Muh Shabiran and Titiek Herwanti, "*Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*," *Maqdis kajian ekonomi Islam* 2, no. 1 (2017): 80-92.

⁶² Fathimatuz Zahroh and Muhammad Nafik HR, "*Nilai Fathonah Dalam Pengelolaan Bisnis Di Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo*," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 2, no. 9 (2015): 745-758.

ataupun keridhoan, baik pada saat untung maupun pada saat rugi, pada saat menjual maupun membeli dan sebagainya. Transaksi yang jujur serta transparan dalam berbisnis sangat dihargai, direkomendasi, dan disarankan⁶³.

Adapun pandangan Al-Qur'an mengenai etika bisnis Islam yaitu terdapat dalam ayat-ayat Al-Qur'an, antara lain sebagai berikut⁶⁴:

a) Surat At-Taubah (9): 111 ditegaskan bahwa:

﴿ إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِإِنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدَا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Artinya: “Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin, baik diri mau-pun harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang di jalan Allah; sehingga mereka membunuh atau terbunuh, (sebagai) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil, dan Al-Qur'an. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya selain Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan demikian itulah kemenangan yang agung”. (QS. At-Taubah:111)

b) Bekerja juga dikaitkan dengan iman, pernyataan ini juga dikaitkan dengan Surat Al-Furqan (25): 23 yang menegaskan bahwa:

﴿ وَقَدِمْنَا إِلَىٰ مَا عَمِلُوا مِنْ عَمَلٍ فَجَعَلْنَاهُ هَبَاءً مَّنْثُورًا

Artinya: “Dan Kami akan perlihatkan segala amal yang mereka kerjakan, lalu Kami akan jadikan amal itu (bagaikan) debu yang beterbangan”. (QS. Al-Furqan:23)

⁶³ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, Dan Ekonomi: Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*, (UIN Malik Press, 2014), h. 147.

⁶⁴ Lukman Fauroni, “Rekonstruksi Etika Bisnis Perspektif Al-Quran”, *Journal of Islamic Economics* 4, no. 1 (2003): 91-106.

c) Di dalam Al-Qur'an ada beberapa terma yang berkaitan dengan konsep bisnis. Diantaranya sebagai berikut⁶⁵:

1) Terma *Tijarah*

Terma *Tijarah* yang bermakna berdagang, berniaga. Bentuk *tijarah* terdapat dalam Surat An-Nisa (4): 29. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa:29)

Penjelasan ayat tersebut melarang mengambil harta orang lain dengan cara yang tidak pantas (tidak benar), kecuali untuk transaksi berdasarkan atas kesepakatan bersama atau suka sama suka. Mencari harta diizinkan dengan cara berdagang atau dengan cara jual beli atas kehendak kedua belah pihak tanpa adanya unsur paksaan apalagi penipuan⁶⁶. Sebab jual beli yang dicoba secara paksa tidak sah meski terdapat bayaran atau penggantinya. Dalam upaya memperoleh

⁶⁵ Akhmad Nur Zaroni, "Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)", MAZAHIB: Jurnal Pemikiran Hukum Islam 4, no. 2 (2007): 172–184.

⁶⁶ Panggabean, Sriayu Aritha, and K. Kaharuddin "Etika Bisnis Dalam Perspektif Hukum Islam," Citra Justicia: Majalah Hukum dan Dinamika Masyarakat, Vol. 22, No. 2 (2021): 82.

kekayaan tidak boleh ada unsur kezhaliman terhadap orang lain, baik individu maupun masyarakat. Aksi mendapatkan harta secara batil, misalnya, mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, dan sebagainya. Berikutnya Allah melarang bunuh diri, karena tindakan ini adalah tindakan putus asa, dan orang yang melakukan ini merupakan orang yang tidak yakin kepada rahmat serta pertolongan Allah SWT.

2) Terma *Al-bai'u*

Terma *Al-bai'u* yang bermakna menjual. Terma *Al-bai'u* dalam Al-Qur'an terdapat 2 penafsiran. Pertama jual beli dalam situasi tidak ada yaitu jual beli pada hari kiamat, sebab Al-Qur'an menyeru supaya membelanjakan, mendayagunakan, serta meningkatkan harta benda terletak dalam proses serta tujuan yang tidak berlawanan dengan keimanan. Sebagaimana firma Allah⁶⁷:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفَاعَةٌ ۗ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari rezeki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari ketika tidak ada lagi jual beli, tidak ada lagi persahabatan dan tidak ada lagi syafaat. Orang-orang kafir itulah orang yang zalim”. (QS. Al-Baqarah:254)

Penjelasan ayat di atas menyerukan agar membelanjakan serta mendayagunakan harta benda sesuai dengan keimanan dan bertujuan untuk mencari keuntungan sebagai bekal di hari kiamat. Kedua, jual beli yang halal dan

⁶⁷ M. Ma'ruf Abdullah, *Bisnis Syariah Manajemen*, (Aswaja Pressindo, 2014), h. 40-41.

larangan untuk memperoleh atau mengembangkan harta benda dengan jalan riba. Sebagaimana firman Allah:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ
مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”. (QS. Al-Baqarah:275)

3) Terma *Isytara*

Terma *Isytara* yang bermakna membeli. Kata *isytara* disebut dalam Al – Qur’an yaitu *isytaru*, *yastarun*, *isytarahu*, *yasyru’na*, *yasyri’*, *yasytari’*, *nasytari’*, dan *yasytaru*⁶⁸. Dengan demikian terma *isytara’* bermacam ragam mencakup arti transaksi manusia dengan Allah, atau transaksi sesama manusia karena Allah, ataupun pula transaksi dengan tujuan keuntungan manusia meski dengan menjual ayat-ayat Allah SWT⁶⁹. Tujuannya untuk mencari keuntungan sendiri dengan menjual

⁶⁸ *Ibid*, h. 43

⁶⁹ Zaroni, “Bisnis Dalam Perpektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi).”

ayat-ayat Allah SWT, menjual diri dengan kekafiran, melecehkan dan meremehkan ayat-ayat Allah, mereka adalah orang-orang yang tergolong dalam kesesatan di kehidupan dunia maupun akhirat.

4) Terma *Tada 'yantum*

Terma *Tada 'yantum* dalam pengertiannya yaitu muamalah yakni jual beli, utang piutang, sewa menyewa dan lain sebagainya yang jika mana melakukan transaksi tidak secara tunai maka hendaknya gunakan pencatatan dengan benar. Sebagaimana firman Allah SWT⁷⁰:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ
وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar”. (QS. Al-Baqarah: 282)

Menurut Al-Qur'an, bisnis yang menguntungkan merupakan bisnis yang tidak hanya mengejar duniawi yang berjangka pendek dan untuk kepentingan sesaat, namun keuntungan yang dapat dinikmati di akhirat yang kekal dan abadi. Oleh sebab itu, supaya suatu bisnis mendapatkan keuntungan dan sukses harus didasarkan pada keputusan, kebijakan, dan perhatian yang baik. Dengan kata lain, keputusan dalam masalah bisnis tidak boleh didasarkan pada keputusan yang gegabah yang dibuat oleh dorongan keinginan. Jika hal ini terjadi, maka akan berdampak negatif terhadap bisnis yang dijakankan oleh pelaku bisnis. Tidak hanya itu Al-Qur'an juga

⁷⁰ <https://quran.kemenag.go.id/>, (diakses tanggal 28 Februari 2022 pukul 14:26)

memerintahkan pada orang-orang beriman untuk menjaga kepercayaan dan menepati janjinya, memerintahkan mereka untuk bersikap adil dan moderat dalam sikap mereka kepada Allah SWT⁷¹. Salah satu gambaran kecil dimana Islam menegaskan bahwasannya kita diajari Allah SWT sebagaimana berbisnis dengan baik dan benar.

3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya ada fungsi khusus yang dilakukan oleh etika bisnis Islam, yaitu sebagai berikut⁷²:

1. Etika bisnis bertujuan untuk menemukan cara untuk menyelaraskan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan bisnis Islam
2. Etika bisnis juga berperan dalam mengubah persepsi masyarakat terhadap bisnis, khususnya bisnis syari'ah. Serta jalan itu biasanya mengarah pada pemahaman bisnis dengan landasan nilai moral dan spritualitas untuk memberikan wawasan dan perspektif baru tentang bisnis dan merangkumnya dalam bentuk etika bisnis.
3. Etika bisnis, khususnya etika bisnis Islam berperan dalam menyelesaikan permasalahan bisnis modern yang menyimpang dari nilai-nilai etika. Dalam artian bisnis yang beretika harus benar-benar mengacu pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.

4. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Hukum Islam menyebutkan prinsip-prinsip untuk melakukan bisnis. Berbisnis tentu memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai Allah

⁷¹ Muhammad, *Agama, Etika, Dan Ekonomi: Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*, (UIN-Maliki Press, 2014), h. 14.

⁷² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 76.

SWT merupakan keberkahan dalam usaha bisnis tersebut⁷³. Maka syarat untuk memperoleh keberkahan dari nilai transenden pelaku usaha harus memperhatikan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis (dalam bahasa latin disebut sebagai aksioma) yang telah digariskan dalam Islam, diantaranya yaitu:

1) Prinsip Tauhid (*Unity*)

Tauhid adalah prinsip utama agama prinsip ini menunjukkan bahwa Tuhan telah menetapkan batasan-batasan tertentu pada manusia sebagai pemimpin di muka bumi untuk memberikan manfaat kepada setiap individu tanpa mengorbankan hak orang lain⁷⁴. Semua manusia diciptakan sama dan tidak boleh ada yang menganggap dirinya sebagai yang disembah dan yang lain sebagai yang menyembah tetapi satu-satunya yang disembah hanyalah Allah SWT. Prinsip kesatuan yang tergabung dalam konsep tauhid telah mengintegrasikan seluruh aspek kehidupan umat Islam, baik secara ekonomi, politik maupun sosial. Berdasarkan konsep ini etika dan bisnis menjadi persamaan penting dalam sistem Islam⁷⁵.

Ketauhidan ini berarti bahwa sumber utama etika bisnis Islam ialah keyakinan yang utuh dan murni akan keesaan Allah SWT⁷⁶. Konsep tauhid merupakan aspek vertikal Islam yang memadukan berbagai aspek kehidupan manusia yaitu politik, ekonomi, sosial, dan keagamaan menekankan pada konsep konsisten dan

⁷³ Veithzal Rivai dkk, *Islamic Business And Economic Ethics: Mengacu Pada Al-Qur'an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, Dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), h. 28.

⁷⁴ Wahyu Sri Bintang Romadona and Izzani Ulfi, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu," *JMK Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 3, (2021), h. 69.

⁷⁵ Fatimatuz Zahroh, "Nilai Fathonah Dalam Pengelolaan Bisnis Di Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol.2, No. 9 (2015): 745-758.

⁷⁶ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, Dan Ekonomi: Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*, (UIN-Maliki Press, 2014), h. 12.

keteraturan⁷⁷. Faktanya secara khusus menunjukkan aspek vertikal Islam menggabungkan sistem sosial yang terbatas dan tidak sempurna dengan dzat yang sempurna dan tidak terbatas. Ikatan vertikal ini ialah bentuk penyerahan diri seutuhnya tanpa ketentuan di hadapan Allah SWT, dengan menjadikan kemauan, tekad, dan perbuatannya tunduk pada perintah – Nya⁷⁸. Sebagaimana firman Allah SWT⁷⁹:

وَهُوَ الْقَاهِرُ فَوْقَ عِبَادِهِ ۖ وَهُوَ الْحَكِيمُ الْخَبِيرُ

Artinya: “Dan Dialah yang berkuasa atas hamba-hamba-Nya. Dan Dia Mahabijaksana, Maha Mengetahui”. (QS. Al-An’am: 18)

Adapun penerapan konsep Tauhid dalam etika bisnis, pengusaha muslim tidak boleh berbuat⁸⁰:

1. Diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli, atau pemegang perusahaan berdasarkan ras, jenis kelamin, atau agama
2. Menghindari terjadinya praktik-praktik yang tidak etis, sebab pelaku selalu takut dengan segala bentuk larangan Allah SWT
3. Menimbun kekayaan dengan penuh ketamakan, karena konsep amanah sangat penting bagi umat Islam bahwa kekayaan bersifat sementara yang harus digunakan dengan bijak.

⁷⁷ Syed Nawad Haidar Naqi, *Etika Dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami* (Bandung: Mizan, 1985).

⁷⁸ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, Dan Ekonomi: Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*, (UIN-Maliki Press, 2014), h. 12.

⁷⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya...*,h. 150.

⁸⁰ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 35.

2) Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan atau *'adl* menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang dikaitkan dengan segala sesuatu di alam semesta. Hukum dan keteraturan yang ditemukan di alam semesta mencerminkan gagasan keseimbangan yang kompleks⁸¹. Prinsip keseimbangan yang mengandung keadilan merupakan salah satu asas dasar yang harus ditaati oleh setiap orang. Hubungan antara keadilan dan kehidupan manusia tidak lain adalah menciptakan kehidupan yang harmonis yang mengikuti hukum alam yang digariskan oleh Allah SWT⁸².

Dalam hal berperilaku di dunia kerja dan bisnis, Islam menuntut agar kita berlaku adil, tak terkecuali pada mereka yang tidak disukai. Sebagaimana firman Allah⁸³:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
شَنَاةُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ وَعَدِلُوا ۗ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan”. (QS. Al-Maidah: 8)

Konsep keadilan juga dapat diartikan bahwa keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat harus diusungkan oleh para

⁸¹ Lukman Fauroni, “Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif *Al-Qu'an*,” Jurnal Iqtisad, Vol. 4, No. 1, (2003): 101.

⁸² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 136.

⁸³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*,h. 144.

pengusaha Islam. Al-Qur'an merupakan proses alamiah dan tidak mengingkari kecintaan pada kehidupan duniawi. Namun diluar itu Al-Qur'an mengungkapkan bahwa selain kehidupan di dunia ini, ada kehidupan di akhirat. Pandangan hidup Islam tidak terbatas pada kehidupan materialistik yang berakhir dengan kematian penduduk di dunia. Oleh karena itu, konsep keseimbangan berarti mendorong para pengusaha muslim untuk melakukan tindakan usaha yang dapat membawa diri sendiri dan orang lain menuju kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.

Kualitas keseimbangan antara struktur ekonomi dan perusahaan dapat mengendalikan semua perilaku manusia, beberapa persyaratan harus dipenuhi, yaitu⁸⁴:

1. Demi menghindari pemusatan kekuatan ekonomi dan kewirausahaan di wilayah segelintir pengusaha, hubungan dasar antara konsumsi, distribusi, dan produksi harus berakhir pada keseimbangan tertentu.
2. Kondisi ekonomi yang tidak sesuai dengan distribusi pendapatan dan kekayaan yang merupakan pilihan ekonomi terbaik akan disingkirkan. Islam dengan tegas menolak siklus pendapatan yang tertutup tentu pendapatan semakin menyusut.
3. Akibat pengaruh sikap egalitarian yang kuat, maka tidak menyadarinya adanya bidang ekonomi dan bisnis Islam. Baik hak milik tak terbatas maupun sistem pasar bebas tak terbatas. Hal ini karena sistem tidak menciptakannya.

Demikian jelas bahwa keseimbangan merupakan dasar pikir kesadaran dalam penggunaan dan pengembangan harta benda,

⁸⁴ Syed Nawad Haider Naqi, *Etika Dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami* (Bandung: Mizan, 1985), h. 101.

sehingga jelas harta tidak menimbulkan kebinasaan bagi manusia, tetapi menjadi media kesempurnaan jiwa manusia.

3) Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan ialah bagian penting dari nilai-nilai etika bisnis Islam, namun dalam Islam maupun dalam manajemen bisnis, kebebasan bertindak dan berkehendak harus benar-benar berlandaskan pada aturan syari'ah. Melakukan persaingan dengan cara yang kotor tidak diperkenankan dan dapat merugikan banyak orang. Pengusaha muslim yang selalu berpegang pada prinsip kesatuan dan keseimbangan, tentu akan menggunakan kebebasan yang mereka butuhkan untuk mencapai satu tujuan demi mendapatkan manfaat bagi diri mereka sendiri, mitra bisnis, dan masyarakat secara keseluruhan⁸⁵.

Bagian terpenting dari etika bisnis Islam adalah kebebasan, bahwa kebebasan ini tidak merugikan kepentingan bersama. Setiap orang bebas bekerja secara aktif dan sesuai dengan kemampuannya. Kebebasan yang dimaksud bukan untuk sebebasmungkin dalam menciptakan produk, industri, atau konsumsi, tetapi lebih bebas dalam kaitannya dengan aturan agama Islam⁸⁶. Manusia diberi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah, firman Allah SWT⁸⁷:

⁸⁵ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 140.

⁸⁶ Dany Hidayat and Fatin Fadhilah Hasib, "Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 2, No. 11, (2015): 912-927.

⁸⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*...,h. 297.

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ إِنَّا
 أَعْتَدْنَا لِلظَّالِمِينَ نَارًا أَحَاطَ بِهِمْ سُرَادِقُهَا وَإِنْ يَسْتَغِيثُوا يُغَاثُوا بِمَاءٍ
 كَالْمُهْلِ يَشْوِي الْوُجُوهَ بِئْسَ الشَّرَابُ وَسَاءَتْ مُرْتَفَقًا

Artinya: “Dan katakanlah (Muhammad), “Kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu; barangsiapa menghendaki (beriman) hendaklah dia beriman, dan barangsiapa menghendaki (kafir) biarlah dia kafir.” Sesungguhnya Kami telah menyediakan neraka bagi orang zalim, yang gejolaknya mengepung mereka. Jika mereka meminta pertolongan (minum), mereka akan diberi air seperti besi yang mendidih yang menghanguskan wajah. (Itulah) minuman yang paling buruk dan tempat istirahat yang paling jelek”. (QS. Al-Kahfi: 29)

Konsep Islam memahami bahwa institusi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi. Hal ini berlaku ketika tidak ada pihak manapun yang ikut campur. Orang cenderung bersaing dalam segala hal, termasuk kebebasan berkontrak di pasar. Pasar yang Islami harus menjamin kebebasan keluar masuknya barang di pasar. Sistem pasar yang sehat memastikan bahwa tidak ada kegiatan persaingan tidak sehat seperti monopoli, penipuan, dan riba serta peluang antara pelaku bisnis yang tidak memiliki hak istimewa atas pihak tertentu⁸⁸.

4) Prinsip Pertanggung Jawaban (*Responsibility*)

Pertanggung jawaban merupakan bentuk dari kegiatan yang dilakukan. Menurut Sayyid Qutub prinsip tanggung jawab adalah pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala urusan dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara individu dengan keluarga, individu dengan sosial, serta masyarakat dengan masyarakat. Konsep sistem ini erat kaitannya dengan kehendak

⁸⁸ R A Mulyawisdawati, “Implementasi Etika Bisnis Islam Di CV Rumah Warna Yogyakarta,” *Ijtihad: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, Vol. 13, No. 2, (2019), h.156.

bebas, yang menetapkan batasan dalam segala hal yang kita lakukan, setiap orang bertanggung jawab atas apa yang kita lakukan⁸⁹.

Islam menekankan konsep tanggung jawab, tetapi bukan berarti mengabaikan kebebasan pribadi, maknanya Islam menginginkan kehendak yang bertanggung jawab. Dalam hal ini yang terpenting manusia harus selalu bertanggung jawab atas segala pilihannya dihadapan Allah SWT maupun sesama. Segala kebebasan untuk melakukan usaha oleh manusia tidak terlepas dari tanggung jawab yang harus diberikan pada kegiatan yang dilakukan sesuai dengan isi yang terkandung dalam Al-Qur'an surah Al-Mudatsir⁹⁰:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya: “Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya”. (QS. Al-Mudatsir: 38)

Misalnya, jika seorang wirausahawan Islam berperilaku tidak etis, menerapkan konsep tanggung jawab pada etika bisnis Islam tidak memungkinkan dia untuk disalahkan atas perilakunya baik karena tekanan dalam bisnis ataupun pada kenyataannya bahwa setiap orang berperilaku tidak etis, dia harus bertanggung jawab penuh atas tindakannya⁹¹.

5) Kebenaran (*Benevolence*)

Dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran memiliki kemitraan antara pihak-pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan tidak adanya kerugian dan penyesalan

⁸⁹ Ahmad Syahrizal, “*Etika Bisnis Perspektif Islam*,” Jurnal Aktualita, Vol.9, (2018), h. 113.

⁹⁰ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya...,h. 576.

⁹¹ Erly Juliyani, “*Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*,” Jurnal Ummu Qura, h. 69.

sedikitpun. Akibatnya, semua proses bisnis akan dijalankan dengan mulus dan tanpa perlu rekayasa. Prinsip kebenaran secara gamblang digambarkan oleh Nabi Muhammad SAW yang juga seorang pengusaha sukses pada zamannya. Dalam proses pengelolaan usahanya, Nabi tidak pernah melakukan kebohongan, penipuan atau menyembunyikan cacat barang. Sebaliknya, Nabi mengharuskan pekerjaan dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran⁹².

Kebenaran dalam konteks bisnis dipahami sebagai niat, sikap, dan perilaku benar yang termasuk proses pembuatan kontrak (transaksi), proses mencari atau memperoleh produk yang dikembangkan, serta proses mencapai atau melihat manfaat. Dengan prinsip kebenaran ini etika bisnis Islam sangat protektif dan menerapkan langkah-langkah untuk mencegah kerugian salah satu pihak dalam suatu transaksi bisnis, kerjasama atau kesepakatan⁹³. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah:

الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ فَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُمْتَرِينَ ع

Artinya: “Kebenaran itu adalah dari Tuhanmu, sebab itu jangan sekali-kali kamu termasuk orang-orang yang ragu”. (QS. Al-Baqarah: 147)

Maka dengan mencerminkan prinsip kebenaran ini, etika bisnis Islam berperan penting dalam meminimalkan potensi kerugian banyak kepada pihak yang melakukan transaksi, kerja sama dan kontrak dalam berbisnis.

⁹² Lukman Fauroni, “Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qu’an,” Jurnal Iqtisad, Vol. 4, No. 1, (2003): 104.

⁹³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 47.

B. Persaingan Usaha

1. Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan usaha merupakan istilah yang sering muncul dalam berbagai dokumen yang menggambarkan aspek hukum persaingan usaha. Kata persaingan berasal dari Bahasa Inggris ialah *competition* yang mempunyai makna persaingan ataupun sesuatu aktivitas bersaing, kompetisi, pertandingan. Persaingan adalah suatu proses sosial yang menyatukan orang atau kelompok sosial yang bersaing untuk menggapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, ataupun sumber daya yang diperlukan⁹⁴.

Secara umum persaingan usaha yaitu kegiatan atau aktivitas yang terjadi antar badan usaha yang berdiri sendiri dalam suatu kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang dapat dipasarkan kepada konsumen dengan menawarkan harga yang jauh lebih baik atas barang dan jasa yang berkualitas baik untuk memperoleh pangsa pasar serta memperoleh keuntungan atau pengembalian hasil⁹⁵.

Persaingan digunakan untuk memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis tidak melanggar norma-norma persaingan usaha dan bahwa semua orang yang melakukan bisnis di Indonesia diperlakukan secara adil dan setara. Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnis para pelaku mewaspadaikan persaingan usaha baik sebelum maupun setelah menjalankan bisnis⁹⁶. Dalam persaingan usaha terdapat prinsip-prinsip yang bertujuan untuk menciptakan persaingan usaha yang baik dan sehat yang dapat mendorong pelaku usaha untuk melakukan efisiensi agar dapat bersaing secara sehat dengan pesaing lainnya.

⁹⁴ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 86.

⁹⁵ Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 6-7.

⁹⁶ Didi Sukardi, "Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Industry Tape Ketan Cibereum," *Al-Mustafa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, Vol.3, No. (2018): 193.

Strategi bersaing atau persaingan dalam pandangan Islam dibolehkan dengan kriteria bersaing secara baik. Salah satunya dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Mulk:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ
وَالِيهِ النُّشُورُ

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya dan hanya kepada-Nya lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”. (QS. Al-Mulk: 15)

Keyakinan bahwa rezeki hanya dapat diperoleh dari Allah SWT yang merupakan kekuatan fundamental para pebisnis Islam. Keyakinan ini adalah dasar dari kepercayaan yang kuat dalam bisnis. Segala urusannya, selalu mengandalkan Tuhan semata. Jika bisnisnya memenangkan persaingan maka tetaplah bersyukur. Di sisi lain jika gagal dalam bersaing, maka haruslah bersabar. Intinya, menghadapi semua situasi dengan cara yang positif tanpa meninggalkan prinsip-prinsip yang Allah perintahkan kepada hamba-hamba-Nya.

2. Persaingan Usaha Dalam Islam

Islam memiliki sebuah strategi bersaing atau persaingan yang dibolehkan dengan aturan-aturan yang rinci guna menghindari terjadinya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT tentang anjuran berlomba dalam kebaikan⁹⁷:

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

⁹⁷ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya...,h. 23

Artinya: “Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu”. (QS. Al-Baqarah: 148)

Penjelasan ayat tersebut bahwa persaingan untuk tujuan kebaikan diperbolehkan, selama konsep persaingan usaha tidak menyimpang dari prinsip syari’ah. Konsep persaingan usaha menganjurkan para pengusaha untuk memberikan kontribusi yang baik dari bisnisnya bukan untuk menjatuhkan atau merugikan pengusaha lainnya. Sebagaimana yang diajarkan oleh para Rasul SAW, ada beberapa tindakan Rasulullah SAW yang harus diamalkan oleh umatnya ketika melakukan usaha yaitu, memberikan pelayanan yang terbaik dan selalu jujur dalam menjelaskan spesifikasi barang yang dijualnya, meskipun barang tersebut dalam keadaan cacat.

Hal ini, umat Islam selalu menganggap bisnis untuk sekedar menjalankan perintah Allah dalam mencari rahmat-Nya. Jadi yang disebutkan dalam persaingan adalah berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik. Terbaik dihadapan Allah dicapai dengan bekerja keras, selalu mengikuti segala aturan-Nya dalam berbisnis. Terbaik di hadapan manusia dapat ditunjukkan dengan berusaha menjalankan bisnis dengan menyediakan produk yang berkualitas dan terjamin dengan harga kompetitif serta pelayanan yang terbaik.

3. Unsur-Unsur Persaingan Usaha

Dunia perdagangan (persaingan bisnis), Islam telah menetapkan aturan yang jelas dan rinci tentang hukum dan etika persaingan sebagai salah satu aturan hidupnya yang khusus serta sesuai dengan ajaran Islam untuk menghindari persaingan yang tidak sehat. Menurut Islam setidaknya ada 3 faktor yang harus diperhatikan ketika mengkaji persaingan usaha, yaitu⁹⁸:

⁹⁸ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Cet 1, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 99.

A. Pihak-pihak yang bersaing

Manusia ialah pemeran terpenting dalam pengendalian persaingan. Ia akan menjalankan usahanya berdasarkan pendapatnya tentang bidang usaha yang digelutinya termasuk persaingan yang terjadi. Bagi seorang muslim, kegiatan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Rezeki yang diperoleh adalah suatu karunia Allah yang telah ditetapkannya.

Keyakinan ini dapat menjadi dasar bagi umat Islam untuk mempraktikkan sikap percaya atau penyerahan diri kepada Allah setelah manusia memberikan usaha terbaiknya dan melakukan yang terbaik dalam pekerjaannya. Bagi umat Islam persaingan adalah cara untuk mendapatkan produk dengan kualitas terbaik, harga yang bersaing (tidak membanting harga yang dapat merugikan pedagang lain), dan pelayanan yang terbaik. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT⁹⁹:

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا (١٠) وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا (١١)

Artinya: “Dan kami menjadikan malam sebagai pakaian, dan Kami menjadikan siang untuk mencari penghidupan”. (QS. An-Naba:10-11)

B. Cara bersaing

Berbisnis bagian dari bermuamalah. Oleh karena itu, bisnis terkait erat dengan hukum yang mengatur masalah muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang dilakukan dengan menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus diatasi sebab bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Di sisi

⁹⁹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya...,h. 582.

lain harus mengedepankan persaingan secara sehat dan tidak saling menjatuhkan. Dalam hal berbisnis, setiap orang berinteraksi dengan pihak lain seperti mitra bisnis dan pesaing bisnis lainnya. Mempunyai hubungan interpersonal, seorang pengusaha muslim tetap harus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada mitra bisnisnya.

Sementara itu, jika menyangkut bisnis secara Islami, Negara harus dapat memastikan terciptanya sistem yang kondusif dalam persaingan. Pemerintah tidak dapat membagikan sarana khusus kepada individu atau kelompok bisnis tertentu misalnya teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, hak monopoli, atau pembebasan pajak. Hal ini terlihat seperti taktik kolusi dan ini sangat dibenci dalam Islam. Oleh karena itu dalam berbisnis pemberian kemudahan, kenyamanan, dan keamanan harus diberikan secara merata dan sama oleh pemerintah.

Sebagaimana yang diajarkan oleh Rasulullah SAW, ada beberapa perilaku Rasulullah SAW yang harus dipraktikkan oleh umatnya ketika berbisnis yaitu, ketika menjalankan bisnis Rasul tidak pernah melakukan sesuatu yang dapat merusak bisnis orang lain, apa yang beliau lakukan ketika berbisnis adalah memberikan pelayanan yang terbaik dan selalu jujur dalam menjelaskan ciri-ciri barang yang hendak dijual, termasuk segala kecacatan pada barang dagangannya¹⁰⁰. Dalam berbisnis harus selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya dan tentu tidak menghalalkan segala cara.

¹⁰⁰ Muhammad Ismali Yusanto & Muhammad Kaberet Widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), h. 93-96.

C. Objek (Barang/Jasa) yang dipersaingkan

Selain dari segi pihak yang bersaing, segi cara bersaing, produk (barang/jasa) sebagai hal yang terpenting dalam persaingan bisnis. Islam sendiri menegaskan bahwa barang atau produk yang dibawa kedalam persaingan harus memiliki keunggulan. Adapun keunggulan yang digunakan untuk meningkatkan daya saing yaitu sebagai berikut¹⁰¹:

1) Segi Produk

Sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yaitu produk yang disediakan dalam persaingan. Dari sudut pandang syari'ah produk yang dijual harus halal dan berkualitas tinggi, dengan tidak terjadinya penipuan maka spesifikasi produk yang dijual harus memenuhi harapan konsumen.

2) Segi Harga

Apabila ingin memenangkan suatu persaingan ini salah satu faktor terpenting. Penetapan harga produk haruslah kompetitif tanpa terjadinya banting harga yang sangat tinggi dengan tujuan menjatuhkan pesaing lainnya.

3) Segi Pelayanan

Dalam Islam tentu hal ini sangat penting dalam hal berbisnis. Didukung dengan pelayanan terbaik bisnis akan senantiasa sukses dan berkembang. Misalnya dengan memberikan pelayanan yang sopan, santun, senyum, ramah, sabar kepada konsumen akan mempunyai pengaruh penting agar konsumen tertarik dan senang dalam membeli, tetapi bukan cara mendekati maksiat.

¹⁰¹ Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), h. 92.

4) Segi Layanan Purna Jual

Layanan atau servis yang diberikan kepada konsumen setelah adanya transaksi yang dilakukan berdasarkan kontrak yang dibuat antara penjual dan pembeli.

5) Segi Tempat

Dalam menjalankan usaha, tempat yang digunakan harus bersih, rapi dan nyaman serta hindari larang-larangan yang dilarang sebagai benda yang dianggap keramat untuk menarik minat konsumen.

4. Landasan Hukum Persaingan Usaha

Pada dasarnya keberadaan hukum persaingan usaha ditunjukkan untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat. Hal ini membuat para pelaku usaha lebih efisien dan memungkinkan untuk bersaing secara sehat dengan para pesaingnya. Hal ini tercantum dalam UU No. 5 Tahun 1999 pasal 3 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu untuk¹⁰²:

- a. Salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat ialah melindungi kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi perekonomian nasional
- b. Membangun lingkungan bisnis yang menguntungkan dengan mengatur persaingan usaha yang sehat untuk memastikan peluang bisnis yang sama bagi pelaku bisnis besar, pelaku bisnis menengah, dan pelaku bisnis kecil
- c. Pencegahan penggunaan dana secara monopoli atau praktik perdagangan yang tidak sehat oleh pelaku usaha.

¹⁰² Supianto, "Pendekatan *Per Se Illegal* Dan *Rule of Reason* Dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia," *Jurnal Rechtsens*, Vol. 2 No. 1 (2013): 48-49.

Adapun dalam pasal 2 disebutkan bahwasannya tujuan pembentukan undang-undang ini adalah untuk¹⁰³:

- a. Melindungi kepentingan umum dan meningkatkan kinerja perekonomian sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat
- b. Menciptakan iklim usaha yang kondusif dengan mengatur persaingan usaha sehat untuk menjamin kepastian peluang usaha yang baik hal yang sama berlaku untuk pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil
- c. Pencegahan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat disebabkan oleh pelaku usaha
- d. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

5. Etika Persaingan

Kepercayaan sangat penting dalam dunia bisnis, karena tanpa rasa saling percaya tidak ada kesepakatan bisnis yang dapat dilakukan. Dalam ajaran Islam, setiap muslim yang ingin melaksanakan bisnis disarankan untuk selalu mengadakan persaingan yang memberikan berbagai anjuran sebagai berikut¹⁰⁴:

- 1) Memberikan pelayanan yang terbaik (*customer oriented*)

Melaksanakan kontrak bisnis maka diperlukan adanya kejujuran, keadilan, dan kepercayaan. Jika terjadi perselisihan akan diselesaikan secara damai dan adil, tanpa adanya unsur penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak. Agar pelanggan senang dapat melakukan berbagai hal termasuk penimbangan yang wajar, menunjukkan cacat barang yang diperdagangkan, menghindari

¹⁰³ Zaid & Muhammad Fikri Aufa, "Peran Undang-Undang Persaingan Usaha dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi", Jurnal Pamator Vol. 15, No. 1 (2022): 89-99.

¹⁰⁴ Zamzam Fakhry & Aravik Havis, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020).

sumpah jual beli dan tidak mempraktikkan apa yang disebut dengan *bai' Najasy*, yaitu memuji dan menyatakan keunggulan barang walaupun tidak sebagai dipromosikan.

2) Keterbukaan (*transparansi*)

Saat ini, ketika sangat sulit untuk mempercayai satu sama lain terutama di bidang keuangan, setiap perusahaan yang ingin menjalin kemitraan bisnis harus terbuka. Terbuka dalam arti memiliki laporan keuangan yang jelas tentang perusahaan. Sifat berpikiran terbuka ini menjadi salah satu kunci sukses bisnis Rasulullah¹⁰⁵. Salah satu bentuk *transparansi* misalnya keterbukaan tentang kualitas, produk, kuantitas, komposisi dan lain-lain agar tidak merugikan konsumen.

3) Keadilan

Pengusaha muslim harus mematuhi hukum akad-akad bisnis seperti bersikap adil kepada orang lain. Contoh keadilan tidak menipu dan tidak merugikan konsumen. Bentuk keadilan bagi pekerja adalah memberikan upah yang adil kepada pekerja, bukan untuk mengeksploitasi dan melindungi hak-hak mereka. Sebagaimana dalam firman Allah SWT¹⁰⁶:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ
تَأْوِيلًا

Artinya: “Dan sempurnakan takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”. (QS. Al-Isra: 35)

¹⁰⁵ Abdul Latif, “Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam,” Islamic Economics Journal, Vol. 3, No. 2 (2017): 165-166.

¹⁰⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya..., h. 285

4) Memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta

Harta yang diterima merupakan anugerah yang ditetapkan oleh Allah SWT. Setiap jiwa memiliki rezekinya sendiri sehingga tidak dapat ditukarkan dengan orang lain. Manusia seharusnya hanya berusaha semaksimal mungkin untuk mencari nafkah dan memajukan dirinya tanpa harus melanggar standard yang ada. Sebagaimana firman Allah SWT:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: “Dialah menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”. (QS. Al-Mulk: 15)

5) Tidak menghalalkan segala cara

Seorang muslim harus menganggap bisnis sebagai pemenuhan perintah Allah. Tersebar di seluruh bumi untuk mencari kebaikannya. Sehingga tidak terjadi pada dirinya untuk membenarkan cara hanya untuk memenangkan persaingan. Bagi pengusaha muslim, persaingan berarti bersaing untuk menjadi yang lebih baik. Terbaik di sisi Allah dicapai dengan kekuatan yaitu dengan setia mengikuti semua aturan urusan bisnis berbisnis. Sebagaimana dalam firman Allah SWT:

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا, وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا

Artinya: “Dan kami jadikan malam sebagai pakaian, dan Kami menjadikan siang untuk mencari penghidupan”. (QS. An-Naba: 10-11).

6) Melakukan persaingan yang sehat

Dalam melakukan persaingan yang sehat, tidak diperbolehkan menawar barang yang ditawarkan oleh konsumen lain, tidak membeli barang dari kampung tanpa mengetahui harga pasar, atau berpura-pura menawar barang dengan harga tinggi kepada orang lain untuk menipu pembeli. Sebagaimana dalam firman Allah¹⁰⁷:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا
فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ء

Artinya: “Dan jangan lah kamu makan harta diantara kamu dengan jalan yang batil, dan janganlah kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”. (QS. Al-Baqarah: 188).

¹⁰⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya..., h. 29

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Letak Geografis Kota Semarang

Kota Semarang ialah Ibu kota Provinsi Jawa Tengah dengan memiliki letak geografis yang strategis karena berada pada jalur transportasi ekonomi Pulau Jawa. Letak geografis Kota Semarang yaitu antara garis 6°50' - 7°10' Lintang Selatan dan 109°35' - 110°50' Bujur Timur. Luas Kota Semarang 373,70 km², dibatasi sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Kendal, sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Demak, sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Semarang dan sebelah Utara dibatasi dengan Laut Jawa. Ketinggian kota Semarang terletak antara 0,75 sampai 359,00 meter di atas permukaan laut. Kota Semarang juga terbagi menjadi dataran tinggi dan dataran rendah. Perbukitan di daerah sebelah Selatan Kota yang dikenal sebagai Semarang atas ini berada pada ketinggian 90 – 359 meter diatas permukaan laut. Ketinggian daerah dataran rendah adalah 0,75 – 3,5 meter diatas permukaan laut yang dikenal sebagai Semarang bawah. Hal tersebut dilihat dari tabel 1.1 berikut ini¹⁰⁸:

Tabel 1.1

Letak Geografis Kota Semarang

Uraian	Letak Bujur – Lintang	Batas Wilayah
Sebelah Utara	6°50' LS	Laut Jawa
Sebelah Selatan	7°10' LS	Kab. Semarang
Sebelah Barat	109°50' BT	Kab. Kendal
Sebelah Timur	110°35' BT	Kab. Demak

Sumber: semarangkota.bps.go.id

¹⁰⁸ <https://semarangkota.bps.go.id/statictable/2015/04/23/3/letak-geografis-kota-semarang.html>, diakses pada tanggal 09 Maret 2022 pukul 07:23

Sebelum tahun 1976 wilayah Kota Semarang adalah 99,40 km² dan setelah terjadinya pemekaran menurut Peraturan Daerah No.6 Tahun 1976 dengan menggabungkan sebagian Kabupaten Semarang, sebagian Kabupaten Kendal, sebagian Kabupaten Demak, maka wilayah Kota menjadi 373,70 km². Kota Semarang terbagi menjadi 16 Kecamatan dan 177 Kelurahan, dari 16 Kecamatan tersebut terdapat 2 Kecamatan dengan luas wilayah terluas yaitu Kecamatan Mijen (57,55 km²) dan Kecamatan Gunung Pati (54,11 km²). kedua kecamatan tersebut terletak di bagian Selatan yang merupakan daerah perbukitan dan sebagian wilayahnya memiliki persawahan dan perkebunan. Sedangkan Kecamatan dengan luas wilayah terkecil adalah Kabupaten Semarang Selatan (5,93 km²) di susul oleh Kabupaten Semarang Tengah (6,14 km²)¹⁰⁹.

Letaknya Kota Semarang yang strategis menjadi basis pengembangan Jawa Tengah yang terdiri dari empat simpul pintu gerbang yaitu koridor pantai utara, koridor pantai Selatan, koridor Timur, dan koridor Barat. Semarang memegang peranan penting dalam perkembangan dan pertumbuhan Jawa Tengah. Khususnya terdapat pelabuhan untuk jaringan transportasi laut dan transportasi darat (kereta api dan jalan raya) serta jaringan transportasi udara yang menjadi hubungan transportasi Jawa Tengah.

B. Profil Johar Trade Mall

Jalan K.H Agus Salim Semarang merupakan jalan yang berada di Kawasan perdagangan Johar. Tepatnya pada jalan ini terdapat pusat perbelanjaan Johar sebagai magnet kawasan ini berada. Kawasan perdagangan Johar juga merupakan salah satu bagian dari sejarah perkembangan Kota Semarang, selain karena keberadaan Johar, jalan ini pun berbatasan dengan Kota Lama Semarang. Perkembangan Kota Lama mulai dari pemukiman Belanda sampai pusat administratif pun tak luput dari peranan Johar

¹⁰⁹ Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (Rpjpd) Kota Semarang Tahun 2005-2025.

Semarang yang dibangun oleh Thomas Karsten pada tahun 1939. Kondisi tersebut menjadikan Johar saksi dan menyimpan sejarah perjalanan panjang Kota Semarang, khususnya dalam bidang perdagangan dan *urban design*.

Kehadiran Johar membuat kehidupan koridor jalan dan sekelilingnya menjadi lebih hidup. Johar mempunyai peranan sebagai pusat perdagangan, selain itu juga menjadi generator atau pemicu utama tumbuhnya UMKM dan pedagang kuli lima dan aktivitas-aktivitas lainnya yang menghidupkan kawasan ini. Jalan K.H Agus Salim sebagai jalan utama kawasan menjadi sangat padat dengan aktivitas dan sirkulasi manusia yang menjadi satu dengan kendaraan di dalam satu koridor. Aktivitas inipun berkembang terus sehingga mempengaruhi visual koridor jalan-jalan sekelilingnya, terutama koridor jalan K.H Agus Salim.

C. Visi dan Misi Johar Trade Mall

a. Visi Johar Trade Mall Semarang:

Terwujudnya tempat UKM di wilayah Kota Semarang yang Layak, Aman, Nyaman, Tertib dan Memadai

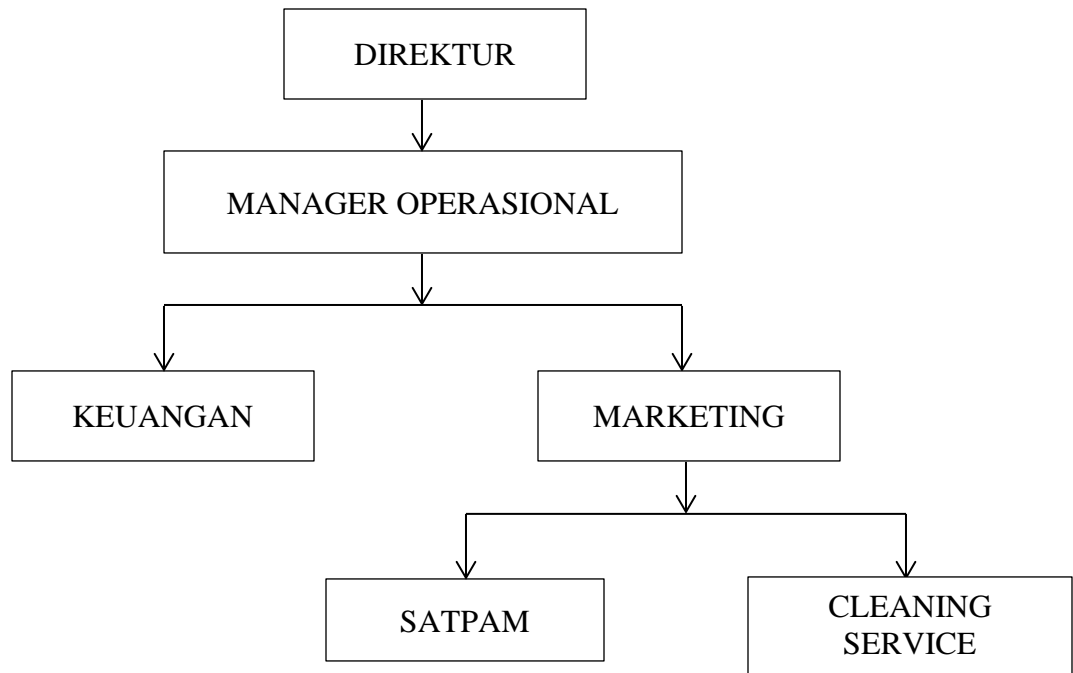
b. Misi Johar Trade Mall Semarang:

- 1) Mewujudkan kondisi tempat UKM yang layak, aman, nyaman, tertib dan memadai
- 2) Mewujudkan pedagang mendapatkan hasil yang lebih maksimal
- 3) Mewujudkan pembeli dengan merasa aman dan nyaman
- 4) Mewujudkan pertumbuhan UKM dengan pengelolaan yang baik
- 5) Mewujudkan pedagang berperan aktif dalam pengelolaan UKM

D. Struktur Organisasi Johar Trade Mall

Adapun struktur Johar Trade Mall Semarang (JTM) sebagai berikut¹¹⁰:

Struktur Organisasi JTM



E. Tugas dan Fungsi Kepengelolaan

Pada setiap bagian memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda, adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian sebagai berikut :

a. Direktur

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Memiliki tugas dan wewenang dalam mengambil kebijakan dan keputusan dalam segala permasalahan yang menyangkut perkembangan dan operasional
- 2) Merencanakan, mengangarkan, memeriksa, mengelola, dan menyimpan dana
- 3) Memeriksa laporan keuangan

¹¹⁰ Dokumentasi di kantor JTM

4) Memilih, menentukan dan mengawasi pekerjaan setiap anggota.

b. Manager Operasional

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Mengawasi semua kegiatan fungsional untuk memastikan pengelolaan dan pengendalian kepada semua unit operasional
- 2) Mengurus dan menentukan strategi yang dilakukan secara berkualitas, efektif dan efisien

c. Keuangan

Tugas dan tanggung jawab :

- 1) Memiliki tugas dan wewenang dalam pengaturan keuangan
- 2) Melakukan pengambilan uang keamanan kepada para pedagang lalu menginputnya semua transaksi keuangan ke dalam program
- 3) Membuat laporan keuangan
- 4) Bertanggung jawab pada keuangan

d. Marketing

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Memiliki tugas dan wewenang dalam melakukan manajemen kampanye instansi

e. Satpam

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Memiliki tugas dan wewenang dalam mengamankan suatu bangunan, properti atau tempat
- 2) Melakukan pemantauan peralatan, pengawasan, pemeriksaan dan jalur akses, untuk memastikan tidak terjadinya kerusakan atau suatu yang tidak diinginkan
- 3) Bertanggung jawab terhadap kelancaran dan ketertiban lokasi

f. Cleaning Service

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Memiliki tugas dan amanah dalam kebersihan dan kerapian lokasi

F. Produk

Produk-produk jasa yang dijual Johar Trade Mall Semarang pada umumnya menjual berbagai macam dagangan seperti baju anak-anak dan dewasa, gamis, jilbab, batik, alat sholat, tas, sandal, sepatu, perhiasan, perabot rumah tangga, souvenir pernikahan dan sebagainya.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha di Johar Trade Mall Semarang

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat konsep moral yang membedakan antara yang baik dan yang buruk. Etika merupakan bidang ilmu normatif yang berperan dalam memutuskan apa yang harus dan tidak boleh dilakukan seseorang. Al-Qur'an memerintahkan manusia untuk bertindak jujur, tulus, ikhlas, dan benar dalam setiap langkah hidupnya dan ini sangat dituntut dalam bidang bisnis. Islam mewajibkan dalam setiap perdagangan dilakukan dengan jujur dan terbuka, dan tidak membenarkan segala bentuk penipuan, kebohongan, serta eksploitasi. Perintah ini menuntut agar setiap pedagang benar-benar adil dan jujur dalam menjalankan usahanya. Apa yang dipahami pedagang juga sangat penting untuk kelangsungan usahanya untuk mendapatkan ridho Allah SWT dan berkah yang terkandung di dalamnya.

Etika dalam bisnis sangat penting, karena bisnis tidak hanya mencakup mengejar keuntungan, tetapi semua bentuk kegiatan dalam produksi, distribusi, dan pemasaran barang dan jasa yang dibutuhkan oleh orang-orang, baik melalui perdagangan atau bentuk lainnya (*profit oriented – social oriented*). Namun pada prakteknya masih pedagang yang belum memahami etika bisnis Islam dan belum menerapkan secara maksimal dalam menjalankan usahanya. Hal ini bisa dilihat dari hasil wawancara para pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang.

Salah satu pedagang grosir pakaian menyampaikan pendapatnya tentang pemahaman tentang etika bisnis Islam, beliau mengungkapkan “saya sedikit mengetahui mba tentang etika bisnis Islam pokoknya dalam berdagang kita tidak boleh mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya, jangan sampai mengecewakan dan merugikan pembeli kalau bisa. Bagi saya etika bisnis

Islam sangat penting sekali mba karena dapat memberikan keberkahan dan kelancaran usaha dan saya yakin bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah SWT”¹¹¹.

Berdasarkan wawancara, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam sangat penting untuk dipahami agar mendapatkan keberkahan dan kelancaran suatu usaha. Lain halnya yang disampaikan oleh Mba Novi mengatakan bahwa “saya tidak begitu paham mba mengenai etika bisnis Islam, yang penting saya dalam berdagang tidak merugikan orang lain gitu aja. Kalau ada pembeli saya layani, jika ada seseorang menawar atau menanya-nanyakan barang saya juga akan melayani. Intinya saya melakukan hal yang sewajarnya layaknya pedagang pada umumnya”¹¹².

Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa rata-rata pedagang grosir pakaian memahami etika bisnis Islam, dengan memberikan layanan yang terbaik dengan sikap ramah dan sopan santun. Namun, sebagian pedagang tidak begitu memahami etika bisnis Islam, mereka hanya berdagang dan tidak merugikan orang lain. Tidak hanya memahami etika bisnis Islam saja yang harus dilakukan oleh para pedagang grosir pakaian, tetapi juga menerapkan prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip pertanggung jawaban dalam melayani pembeli.

Dalam penelitian ini, terdapat 4 prinsip etika bisnis Islam yaitu, Tauhid, Keseimbangan, Kehendak Bebas, dan Pertanggung Jawaban.

1. Prinsip Tauhid

Konsep tauhid dapat diartikan baik dalam dimensi vertikal maupun horizontal. Kedua dimensi ini menghubungkan sinergi antara Tuhan dengan hamba-Nya, dan antara hamba dengan hamba lainnya. Prinsip tauhid juga dapat diartikan bahwa makhluk hidup harus tunduk sepenuhnya, taat dan berserah diri sepenuhnya pada apa pun yang menjadi

¹¹¹ Siti, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

¹¹² Novi, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

kehendak-Nya. Bentuk penyerahan diri yang dilakukan oleh para pedagang bermacam-macam baik berupa menjalankan sholat, berdoa dan juga bersedekah.

Dalam ilmu ekonomi, tauhid meyakinkan pelaku ekonomi bahwa harta hanya milik Allah SWT semata. Ini adalah konsep tauhid. Artinya, semua aspek kehidupan dan kematian, politik, ekonomi, sosial, dan agama adalah satu dan muncul dari sistem nilai yang paling terintegrasi dan konsisten. Tauhid cukup untuk percaya hanya pada satu Tuhan. Tauhid merupakan sistem yang harus diterapkan dalam pengelolaan kehidupan ini.

Dalam hal ini, prinsip tauhid dikemukakan oleh para pedagang pakaian, mereka menjawab dalam pernyataan hasil wawancara bahwa peneliti mengatakan “kalau dagangan saya sepi ya tidak apa-apa mba, rezeki sudah dibagi dan sudah diatur oleh Allah SWT yang penting kita sudah berusaha untuk menjual barangnya agar laku”¹¹³.

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa segala sesuatu yang dikerjakan dengan ikhlas dan niat karena Allah SWT pasti rezeki tidak akan kemana dan Allah sudah mengatur rezeki setiap hambanya. Hal ini juga didukung oleh hasil wawancara kepada Mba Novi selaku karyawan grosir pakaian yang mengungkapkan bahwa “saya tidak merasa keberatan jika pedagang lain lebih ramai, mungkin sudah rezekinya sana aja mba, saya percaya kalau rezeki sudah diatur oleh Allah SWT dan kita harus mensyukurinya”¹¹⁴.

Hasil wawancara dan observasi menyimpulkan bahwa pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang sebagian rezekinya untuk disedekahkan dan percaya adanya Tuhan yang membagi rezeki, sehingga dapat diketahui bahwa pedagang grosir pakaian menerapkan prinsip tauhid dengan baik.

¹¹³ Indah Suprapti, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

¹¹⁴ Novi, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

2. Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan ini lebih bersifat dimensi horizontal karena lebih berkaitan satu sama lain. Keseimbangan merupakan prinsip etika bisnis Islam yang harus diterapkan. Konsep keseimbangan erat kaitannya dengan konsep keadilan, yaitu meletakkan pada tempatnya dan tidak berbuat curang atau berbuat salah. Keadilan adalah norma yang paling penting dalam semua bidang bisnis. Bahkan keadilan adalah salah satu nama Allah, dan lawan dari keadilan adalah ketidakadilan. Maka kata lain, itu adalah kualitas yang Allah larang sebagaimana diharamkan dalam firman Allah kepada hamba-hambanya.

Perilaku para pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang dari segi keseimbangan yaitu tidak menawarkan harga yang berbeda-beda serta kepada pembeli. Seperti yang diungkapkan oleh Bu Siti “saya dalam menawarkan barang tidak membedakan-bedakan dari segi harga kepada pembeli mba walaupun berbeda-beda pasti memiliki kualitas yang tidak sama dengan produk yang lain, tentu setiap produk yang kami miliki mempunyai perbedaan dan ciri khas tersendiri”¹¹⁵.

Terdapat beberapa produk yang biasa dijual, masing-masing dengan harga sendiri tergantung pada model, bahan, kualitas produk dan harga pasar. Hal yang berbeda yang disampaikan oleh informan pedagang grosir pakaian mereka menjawab dalam keterangan hasil wawancara secara langsung, ia mengatakan bahwa “iya harganya berbeda-beda mba karena setiap produk juga memiliki harga yang berbeda-beda, kita kalau menawarkan sesuai kita sendiri tidak harus sama semuanya”¹¹⁶.

Dari jawaban di atas, tampak bahwa prinsip keseimbangan merupakan prinsip adil yang sangat menentukan kebijakan. Dalam dunia bisnis, pembeli mendambakan keadilan. Keadilan dapat berupa informasi yang

¹¹⁵ Siti, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

¹¹⁶ Dessy, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

jelas kepada para pembeli dalam hal tidak membeda-bedakan pembeli dari segi harga maupun penampilan.

3. Prinsip Kehendak Bebas

kehendak bebas dalam Islam memiliki tempatnya sendiri. Sebab, sejak manusia lahir di muka bumi ini, kemungkinan kebebasan sudah ada. Namun perlu ditegaskan kembali bahwa kebebasan yang dimiliki manusia itu terbatas dan kebebasan yang tidak terbatas adalah milik Allah SWT. Untuk membangun mekanisme perdagangan yang sehat, kegiatan ekonomi dalam konsep ini diarahkan pada kesejahteraan seluruh umat Islam, termasuk larangan monopoli, penipuan, dan riba. Muslim yang beriman kepada Allah selalu mengabaikan larangan-Nya. Ini adalah bagian kolektif dari masyarakat dan mengakui bahwa Tuhan meliputi kehidupan individu dan sosial. Oleh karena itu, kehendak bebas erat kaitannya dengan kesatuan dan keseimbangan.

Prinsip kehendak bebas pada pedagang grosir pakaian penjual tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli barangnya. Demikian konsumen dapat memilih dan menentukan sendiri produk yang ingin dibeli sesuai dengan keinginan konsumen atas dasar suka sama suka tanpa adanya paksaan. Seperti yang diungkapkan oleh Mba Ratih “iya jadi disini bebas pilih mba konsumen caranya apa kita tawarin produk yang kita miliki, tinggal milih saja konsumen ingin membeli produk apa yang diinginkan bebas menentukan pilihannya dan saya tidak memaksa mereka yang penting kita sudah menjelaskan barang ke konsumen”¹¹⁷.

Hal sama juga disampaikan oleh Bapak Listiyono beliau menjelaskan melalui wawancara langsung “iya pasti mba, kalau beli harus dipaksa ya nggak bisa mba jadi kita sesuai real yang dijual apa kalau pembelinya minat berartikan itu yang disukai pembeli kalau dengan pemaksaan nanti

¹¹⁷ Ratih, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

pembeli tidak mau datang berbelanja lagi”¹¹⁸. Perlu diketahui bahwa setiap muslim harus mengetahui bahwa dalam segala situasi mereka dibimbing oleh aturan dan prosedur berdasarkan aturan Allah SWT seperti yang dicontohkan Rasul-Nya. Seperti “Kebebasan Memilih” dalam segala hal, termasuk dalam bisnis.

4. Prinsip Pertanggung Jawaban

Tanggung jawab kepada Tuhan dari sudut etika bisnis, karena manusia menyadari bahwa dalam bisnis segala sesuatu yang diperdagangkan pada hakekatnya adalah hadiah yang diberikan. Sebagai pengusaha manusia hanya sebatas bertindak menurut aturan yang telah ditetapkan oleh Tuhan. Dalam hal tanggung jawab terhadap orang, itu adalah mitra yang hak kewajibannya harus dihormati. Islam tidak pernah menoleransi pelanggaran hak dan kewajiban seseorang, maka dari sinilah pentingnya tanggung jawab.

Kebebasan tanpa batas merupakan sesuatu yang mustahil bagi manusia karena tidak memerlukan pertanggungjawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan persatuan, orang harus bertanggung jawab atas perbuatannya¹¹⁹. Ketika peneliti menanyakan tentang sikap tanggung jawab kepada pedagang grosir pakaian dalam hal tanggung jawab kualitas barang dagangan ketika ada komplain dari para pembeli mereka menghargainya dan menganggapnya sebagai masukan kepadanya supaya lebih baik dalam berdagang seperti dikatakan oleh Mba Novi selaku karyawan grosir pakaian, ia mengatakan “sebagai penjual saya harus bertanggung jawab atas kualitas barang dagangan yang hendak kami jual, jika ada komplain barang dari pembeli kami melayani return barang. Itu

¹¹⁸ Listiyono, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

¹¹⁹ Beekun Rafik Isa, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), h. 40

saya lakukan semata-mata bentuk tanggung jawab saya kalau ada yang kurang berkenan di hati pembeli”¹²⁰.

Hal senada juga disampaikan oleh Mba Dessy melalui wawancara langsung “insyaallah kami memberikan kualitas yang terbaik mba, tentu yang kami jual kualitasnya bermacam-macam dari segi bahannya ada dari bahan katun, linen, rayon dll. Kalaupun ada yang komplain atau membandingkan kualitas produk yang kami jual silahkan saja. Disini kami tetap memberikan pelayanan dan kualitas yang baik untuk para pembeli”¹²¹.

Informasi di atas jelas bahwa perilaku tanggung jawab pedagang grosir pakaian sangat penting karena akan menarik pembeli untuk menjadi langganannya dan menentukan masa depan dalam berbisnis. Tanggung jawab ini tidak hanya terletak pada sesama manusia, tetapi juga pada Allah SWT.

5. Prinsip Kebenaran

Kebenaran di sini melibatkan dua unsur penting, yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam dunia bisnis, kejujuran merupakan salah satu kunci untuk membangun kepercayaan antara konsumen dan produsen. Jujur dan benar akan membuat konsumen percaya pada produk dari produsen. Kejujuran juga dapat terwujud dalam bentuk keikhlasan dan ketepatan janji, seperti janji waktu dan pelayanan, mengakui kekurangan yang mencegah kebohongan dan kecurangan. Rata-rata pembeli akan lebih senang dengan memberikan informasi mengenai barang dagangannya.

Dalam penerapan prinsip kebenaran hasil wawancara Bu iin mengungkapkan, “kalau saya mba terus terang saja, saya kasih tau kalau ada barang yang cacat misalnya ada bagian resleting yang sedikit macet atau masih ada sisa-sisa benang. Saya memberikan informasi memadai

¹²⁰ Novi, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

¹²¹ Dessy, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

kepada pembeli daripada mengecewakan para pembeli kan tidak enak nantinya. Kalau pembeli menerima ada kecacatan dari barang tersebut ya boleh-boleh saja, yang penting saya sudah bilang sebelumnya”¹²².

Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang, rata-rata sebelum melakukan transaksi dengan pembeli, mereka selalu memberikan informasi tentang kondisi barang, bahkan ketika ada kesalahan. Tidak ada pembeli merasa dirugikan. Akan tetapi, transaksi tetap dapat dilakukan walaupun ada pembeli yang ingin membeli dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli. Hal ini tidak salahnya dan bahkan bisa menguntungkan bagi usahanya karena mereka mendapatkan rasa kepercayaan dari pembeli, membuat mereka datang kembali untuk datang berbelanja.

Pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang menjaga hubungan baik dengan pedagang lain dan tidak terlibat dalam konflik atau kegiatan yang berpotensi menimbulkan perselisihan. Selain itu, pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang membantu menjaga lingkungan kios yang baik sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang benar.

Demikian pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang menghadapi persaingan bisnis dengan pedagang lain melalui lima indikator persaingan: persaingan produk, persaingan harga, persaingan pelayanan, persaingan layanan purna jual, serta persaingan tempat. Mengikuti prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang diajarkan oleh Rasulullah SAW yaitu yang pertama prinsip tauhid dalam arti keyakinan penuh akan kesatuan (keesaan) Tuhan, yaitu Tuhan sebagai Tuhan Yang Maha Esa, kedua prinsip keseimbangan atau keadilan, kemudian prinsip

¹²² Indah, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

kehendak bebas, selanjutnya prinsip tanggung jawab dalam menjalankan setiap aktivitas yang dilakukan, dan terakhir prinsip kebenaran dengan pemahaman persaingan usaha dari perspektif etika bisnis Islam ini diharapkan tidak ada pihak lain yang merasa dirugikan.

B. Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian di Johar Trade Mall Semarang

Persaingan usaha merupakan suatu perselisihan atau persaingan antar pelaku usaha. Persaingan antar pelaku usaha untuk konsumen ingin memperoleh keuntungan, pangsa pasar, serta penjualan yang tinggi dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang dan jasa yang baik pula¹²³.

Suatu bisnis tidak terlepas dari persaingan. Persaingan dalam usaha tentunya merupakan fenomena yang wajar karena adanya keterlibatan satu sama lain. ketika persaingan bisnis muncul, jangan mengancam untuk memenangkan persaingan dengan berbagai cara yang dapat membunuh pesaing lainnya. Di sisi lain dalam persaingan usaha, seseorang harus selalu memiliki rasa semangat bersaing dan melakukan segala yang mungkin untuk mempromosikan pengembangan bisnis lebih lanjut.

Tingkat persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap pedagang untuk melakukan kegiatan pemasarannya secara efektif dan efisien, sehingga kegiatan pemasaran harus selaras dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggannya. Johar Trade Mall Semarang banyak para pedagang yang menjual berbagai macam barang. Secara umum persaingan di Johar Trade Mall Semarang tersebut cukup sehat, namun masih ada beberapa pedagang kecil yang mencurangi persaingan sehingga menimbulkan pengaruh buruk bagi para pembeli atau konsumen. Seperti persaingan dalam segi

¹²³ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 27.

layanan purna jual, ada beberapa pedagang percaya bahwa layanan purna jual sangat mempengaruhi penjualannya.

Dalam hal ini, peneliti berhasil mengumpulkan data dari wawancara dengan beberapa pedagang grosir pakaian dan hasil pengamatan. Berikut 3 faktor bentuk persaingan yang harus diperhatikan oleh para pedagang, diantaranya:

1. Pihak-pihak yang bersaing

Bagi setiap muslim, bisnis yang dilakukan sebagai bentuk perolehan dan pengembangan kekayaan yang ada. Harta yang diperoleh merupakan sumber rezeki yang diberikan Allah SWT. Tugas seorang pedagang muslim ialah melakukan praktik perdagangan sebaik mungkin seperti yang diajarkan oleh Nabi. Tidak ada anggapan bahwa rezeki yang diberikan Allah SWT akan diambil oleh orang lain. Karena Allah telah menentukan hak setiap orang sesuai dengan hasil usahanya¹²⁴.

Islam dalam hal bekerja memerintahkan semua umat Islam untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Atas dasar ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai upaya untuk menghancurkan pesaing lain, tetapi dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari usaha bisnisnya.

Alangkah baiknya jika Islam selalu menanamkan dalam diri manusia etos kerja yang tinggi dan ini harus melalui kompetisi untuk kebaikan. Jadi jika setiap pengusaha ingin tetap berpegang pada prinsip ini, kemungkinan persaingan yang ada tidak berusaha untuk dapat memberikan yang terbaik dari orang lain dengan bisnis yang dijalankan.

¹²⁴ Muhammad Ismali Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2008), h. 92

2. Cara Bersaing

Berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pesaing. Rasulullah SAW mencontohkan bagaimana persaingan yang baik. Dalam berdagang, Rasul tidak pernah bermaksud menindas para pesaingnya. Dalam bisnis harus selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pembisnisnya, tetapi jangan membenarkannya dengan cara apapun. Semua pebisnis muslim harus mematuhi hukum Islam ketika berhadapan dengan mitra bisnis. Selain itu, ajaran Islam memiliki aturan dan falsafah yang memandang segala sesuatu sebagai keluarga berdasarkan prinsip persaudaraan. Hal ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha untuk menghancurkan pesaing lain, tetapi dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari usaha bisnisnya.

3. Objek (Barang/Jasa) yang dipersaingkan

Peneliti telah mengumpulkan data tentang gambaran persaingan usaha antar pedagang grosir pakaian yang terjadi di Johar Trade Mall Semarang melalui wawancara dengan pedagang grosir pakaian. Ada berbagai macam persaingan usaha mengenai objek yang dipersaingkan di Johar Trade Mall Semarang berdasarkan 5 indikator yang dipersaingkan sebagai berikut:

a. Persaingan Produk

Produk adalah segala sesuatu baik produk jasa ataupun barang yang dapat ditawarkan untuk melengkapi kebutuhan dan keinginan konsumen¹²⁵. Dalam persaingan, produk merupakan hal yang terpenting dalam memenangkan sebuah persaingan. Selaku pedagang grosir pakaian hendak berupaya tingkatkan mutu produknya supaya bisa menarik hasrat pembeli guna mendapatkan keuntungan. Kualitas produk yang diperdagangkan harus memenuhi kriteria yang diharapkan pembeli agar tidak terjadi kekecewaan dari pembeli. Pada

¹²⁵ Verithzal Rivai, *“Islamic Marketing (Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah),* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 12

dasarnya, rata-rata pembeli lebih menggemari produk yang baik meskipun terdapat perbedaan harga. Tetapi terdapat pula pembeli yang menganggap harga rendah lebih penting daripada kualitas produk.

Konsumen/pembeli juga berkepentingan dengan kualitas produk/barang, sehingga pedagang grosir pakaian perlu memperhatikan kualitas suatu produk. Johar Trade Mall Semarang memiliki pedagang yang peduli dengan kualitas barangnya. Kebanyakan pedagang grosir pakaian bersaing satu sama lain tidak hanya dari model produk yang dijual tetapi juga dalam hal kualitas. Pak Listiyono salah satu pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang yang diwawancarai peneliti membenarkan pendapatnya tentang kualitas produk yang mengatakan “kalau saya mba, tentunya mengutamakan kualitas yang terbaik untuk para pembeli dan pelanggan saya mba. Kalau saya tidak memberikan kualitas yang baik dan bagus nanti para pembeli/konsumen tidak ingin membeli barang yang saya jualkan, di sinilah cara saya untuk menarik para pembeli dan pelanggan itu dengan menunjukkan kualitas barangnya”¹²⁶.

Adapun pendapat Ibu Siti sebagai salah satu pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang. Beliau mengungkapkan pendapatnya tentang kualitas barang yang dijual dan dibeli melalui wawancara langsung “barang yang saya jual harus baik dari segi kualitas, karena setiap pedagang menyediakan banyak pilihan dan memiliki ciri khas tersendiri setiap tokonya, jadi tinggal para pembelinya saja yang memilih sendiri kualitas mana yang menurutnya bagus. Biasanya semakin bagus produknya maka semakin mahal juga harga barang tersebut. Tapi itu hak pembeli kan mba”¹²⁷.

¹²⁶ Listiyono, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022.

¹²⁷ Siti, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022.

Menghalalkan segala cara untuk memenangkan hati konsumen dengan melakukan penipuan terhadap barang yang dijualnya. Sedangkan merugikan dirinya sendiri dan makanan yang diterima tidak mendapatkan berkah sedikitpun dari Allah SWT. Ketika melihat pedagang lain yang produknya laris manis, mereka akan terpacu untuk menyediakan produk yang lebih lengkap dan berkualitas agar tidak menimbulkan kecemburuan sosial atau merugikan pembeli.

b. Persaingan Harga

Harga merupakan aspek yang perlu dikendalikan dan jika ingin memenangkan persaingan, harga suatu produk harus kompetitif serta tidak boleh menurunkan harga besar-besaran dengan tujuan menjatuhkan para pesaingnya¹²⁸. Segala sesuatu yang berhubungan dengan harga mempengaruhi berbagai aspek dalam berbisnis, baik dari segi penjualan maupun keuntungan.

Berdasarkan hasil survey dan data yang dikumpulkan, rata-rata pedagang grosir pakaian menempatkan harga yang relatif sama. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari persaingan harga antar pedagang grosir pakaian. Secara umum, harga suatu komoditi disesuaikan dengan penawaran dan permintaan. Sistem negoisasi antar penjual grosir pakaian masih umum terjadi di Johar Trade Mall Semarang. Pedagang grosir pakaian bersaing satu sama lain untuk menarik perhatian pembeli dengan menawarkan harga yang lebih rendah dan diskon untuk pembelian barang yang mereka jual dalam jumlah yang lebih besar, ada beberapa pedagang yang memiringkan harga untuk menjual produknya, namun ada beberapa pedagang yang menjual produknya dengan harga standar agar tidak merugikan pedagang lain.

¹²⁸ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), h. 97.

Dalam hal ini ada pedagang grosir pakaian yang sudah mencantumkan harga net sehingga tidak adanya sistem tawar menawar.

Wawancara langsung, Mba Ratih selaku pemilik grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang menjelaskan mengenai penentuan harga dengan mengatakan “kalau saya sendiri mba untuk harga tergantung kualitas produk itu sendiri, karena kualitas produk mempengaruhi harga jual, walaupun yang dijual sama dengan pedagang grosir pakaian lainnya kualitas barang yang dijual juga akan berbeda”¹²⁹.

Dapat diketahui bahwa harga juga diimbangi dengan kualitas produk yang baik. Semakin baik kualitasnya, semakin bersaing dalam harga. Mba Novi juga memberikan pendapatnya tentang harga dalam menjalankan usahanya, katanya dalam wawancara langsung “untuk harga saya mengusahakan harga standar sesuai harga pasaran, walaupun mengenai harga saya merasa dirugikan mba jika ada pedagang grosir pakaian yang memberikan harga dibawah harga pasaran”¹³⁰.

Ibu Siti selaku karyawan pedagang grosir pakaian menambahkan melalui wawancara langsung mengenai persaingan harga yang terjadi di Johar Trade Mall Semarang “ibu dalam menentukan harga ya samakan saja dengan pedagang lain tidak mengambil keuntungan yang berlebihan. Tetapi setiap pedagang menjual produk yang berbeda mba, saya hanya menyesuaikan harga grosir pakaian yang sama. Jadi biasanya beda pemasok juga beda harga sedikit”¹³¹.

Hal senada juga disampaikan pedagang grosir pakaian lainnya oleh Ibu Iin mengenai persaingan usaha yang terjadi di Johar Trade Mall Semarang melalui wawancara secara langsung “kalau disini mba

¹²⁹ Ratih, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

¹³⁰ Novi, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

¹³¹ Siti, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

memang ada persaingan harga tetapi tidak begitu ketat. Kalau pedagang grosir pakaian lainnya ada beberapa yang ngasih harga murah tetapi saya memberikan harga murah jika membeli dalam jumlah banyak agar pembeli lebih tertarik untuk membeli dalam jumlah banyak”¹³².

Menurut pernyataan peneliti dari pedagang grosir pakaian yang sudah diwawancarai, bahwa keputusan penetapan harga juga bergantung pada penjualan dan pemasok. Pemasok yang berbeda biasanya memiliki harga yang berbeda yang ditetapkan oleh para pedagang grosir pakaian, seperti yang dikatakan Ibu Siti. Dijelaskan Ibu Iin, masih ada beberapa pedagang grosir pakaian yang menawarkan harga lebih murah atau mengenakan harga di bawah harga pasar. Hal ini menciptakan persaingan usaha tidak sehat yang dapat mengalahkan pesaing lainnya.

c. Persaingan Pelayanan

Pelayanan yang baik dan prima merupakan suatu keharusan bagi pemilik bisnis ketika mempromosikan dan memberikan informasi tentang produknya. Pemilik toko yang baik akan memberikan pelayanan yang baik menurut syariat Islam yaitu ramah, jujur, tidak menyakiti perasaan pembeli dengan melontarkan kata-kata kasar serta memberikan pelayanan dan informasi sebaik-baiknya kepada pembeli. Pedagang Johar Trade Mall Semarang memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli karena bagi mereka pembeli adalah raja yang harus mendapatkan informasi yang jelas dan pelayanan yang baik.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa persaingan usaha antar pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang tidak begitu ketat dari segi pelayanan. Cara bersaing antar pedagang grosir

¹³² Iin, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

pakaian dengan pedagang grosir lainnya dalam hal pelayanan memiliki ciri khas masing-masing setiap pedagang. Artinya, bersainglah dengan pedagang lain untuk meningkatkan pelayanan sebaik mungkin untuk merebut hati pembeli dengan pelayanan yang ramah, jujur, sopan dan tersenyum. Melayani pembeli tanpa membedakan suku, ras, golongan atau agama, dan selalu jelas tentang informasi yang diberikan kepada pembeli mengenai kualitas dan kuantitas barang dagangan.

Suatu tindakan yang harus dilakukan pelaku bisnis untuk memuaskan pelanggan yaitu tindakan dari suatu pelayanan. Islam menekankan pentingnya pelayanan dalam menjalankan bisnis. Maka bisnis itu akan berjalan dan berkembang dengan sukses jika didukung dengan pelayanan terbaik¹³³. Pedagang percaya bahwa pelayanan adalah sesuatu yang harus dilakukan karena ketika berdagang dengan memberikan pelayanan yang baik dan juga ramah, pembeli akan merasa senang dan nyaman.

Pelayanan yaitu kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh satu pihak, tetapi tidak berwujud dan tidak menimbulkan hak milik. Pada umumnya pembeli lebih suka berinteraksi dengan pedagang yang memberikan pelayanan terbaik. Pelayanan juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi agar pembeli tertarik dan memilih untuk berbelanja di toko kami. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Yono, salah satu pedagang grosir pakaian yang mengungkapkan dalam wawancara langsung tentang layanan ia mengatakan “itu sudah pasti, karena para pembeli nomor satu buat kami, jadi secara pelayanan kami memberikan *full service* untuk para pembeli/pelanggan dan tentu harus yang terbaik buat mereka. Memberikan *service* yang bagus juga

¹³³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Cet. I, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 107.

akan menambah langganan karena pelanggan merasa puas sudah berbelanja ke kita”¹³⁴.

Pedagang yang menawarkan layanan yang baik kepada pelanggan mereka harus menyeimbangkan hak dan kewajiban mereka. Kegagalan untuk memenuhi salah satu kewajiban ini akan mengakibatkan penjual atau pembeli merasa dirugikan. Agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan secara sepihak, kedua hal ini harus seimbang antara hak dan kewajiban. Serta tidak boleh ada paksaan dalam berdagang.

Hal senada juga disampaikan oleh pedagang grosir pakaian lainnya yaitu Mba Dessy, ia menjelaskan peran yang dilakukan dalam menerapkan pelayanan yang baik melalui wawancara tatap muka “pelayanan yang baik memang sangat penting, agar pelanggan kami menikmati berbelanja di toko kami, pelayanan yang diberikan harus ramah dan sopan. Jika tidak ramah dengan pelanggan maupun para pembeli jadi males untuk berbelanja di toko kami dan tentunya tidak mau balik lagi mba. Selain itu bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan pembeli dan harapan bahwa akan kembali lagi untuk membeli”¹³⁵.

Pelayanan para pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang sangat baik dan sesuai dengan etika bisnis Islam. Dengan terjadinya persaingan usaha tidak menjadi ancaman untuk mematikan pesaing lainnya dan memenangkan persaingan, tetapi dijadikan itu sebagai motivasi untuk berbisnis dan menjadikan acuan untuk terus berusaha sebaik mungkin, agar tidak menimbulkan kebencian sosial antar pedagang grosir pakaian atau kerusakan di pihak pembeli.

¹³⁴ Listiyono, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

¹³⁵ Dessy, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

d. Persaingan Layanan Purna Jual

Layanan purna jual merupakan suatu cara yang melanggengkan, tetapi ini berdasarkan kontrak yang dibuat sebelumnya, atau layanan yang diberikan secara cuma-cuma atas dasar pra-kontrak¹³⁶. Seperti yang terjadi di Johar Trade Mall Semarang, tidak jarang para pedagang menawarkan layanan purna jual kepada pelanggannya. Layanan purna jual ini sesuai kesepakatan di awal pembelian. Konsep kesepakatan layanan purna jual di Johar Trade Mall Semarang sangat bervariasi, antara lain pelanggan dapat mengembalikan barang yang cacat untuk ditukar dengan barang sejenis dan dapat di tukar lagi dengan barang yang lain tetapi tidak sejenis. Demikian diungkapkan Bu Iin, salah satu pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang yang menggunakan layanan purna jual dalam berdagang melalui wawancara secara langsung “layanan purna jual yang saya gunakan dalam berdagang bermacam-macam, ada yang *return* karena cacat atau salah dan ada juga pembeli yang sudah menjadi pelanggan dapat mengembalikan barang yang sudah dibeli dan menukarnya dengan barang yang lain dan tidak boleh mengembalikan dalam bentuk uang, tetapi dengan batas waktu yang sudah ditentukan. Sebagian besar pembeli mengembalikan barang karena cacat, karena saya melayani grosir jadi saya tidak bisa memeriksa satu per satu yang sangat memakan waktu. Saya pikir dengan menggunakan layanan purna jual ini dapat mendorong pembeli untuk datang berbelanja di toko kami”¹³⁷.

Hal ini terlihat dari hasil wawancara pedagang lain juga mengatakan hal yang sama, seperti yang dikatakan kepada Bu Siti

¹³⁶ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet, *menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 97

¹³⁷ Iin, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

“layanan purna jual berlaku untuk semua pembeli, terlepas dari kuantitas atau jumlah pembelian minimum. Jika barang sudah dibeli kami menyatakan bahwa barang tersebut dapat dikembalikan atau ditukarkan jika adanya kecacatan. Biasanya pembelian dalam grosir tidak dapat saya cek satu persatu karena jumlahnya yang banyak. Pelanggan saya rata-rata menjual kembali, jadi beberapa pelanggan setuju bahwa mereka dapat menukarkan barang tersebut untuk jangka waktu tertentu”¹³⁸.

Ada juga pedagang yang mengizinkan pembeli untuk mengeluh tentang pertukaran yang tidak cocok, tetapi dengan syarat itu sepenuhnya kesalahan pedagang itu sendiri. Jika kesalahan barang disebabkan oleh pembeli, maka penjual tidak akan memberikan ganti rugi apapun karena di luar tanggung jawab penjual.

e. Persaingan Tempat

Tempat merupakan salah satu hal yang menarik minat pembeli, seperti tempat yang bersih, sehat dan nyaman. Keadaan persaingan di Johar Trade Mall Semarang dalam hal tempat tidak begitu berlomba-lomba dan masih ada untuk alasan yang baik karena semua tempat yang ditempati oleh pedagang dan tempat berdagang yang layak sebenarnya berupa bangunan permanen yang terdiri dari kios-kios dengan berbagai ukuran. Tersedianya bangunan permanen ini dapat memudahkan pembeli untuk menemukan tempat belanja yang sudah menjadi langganan karena pedagang menempati tempat yang sama untuk berjualan.

Meskipun terdapat perbedaan ukuran lapak yang disediakan oleh Johar Trade Mall Semarang, namun hal tersebut tidak menimbulkan ketimpangan sosial diantara para pedagang grosir

¹³⁸ Siti, *Wawancara*, Semarang, 15 Maret 2022

pakaian.¹³⁹ Perbedaan tersebut juga diwujudkan oleh pedagang itu sendiri dengan menyesuaikan kebutuhan perdagangan. Tentu saja, semakin banyak produk yang di jual, semakin cocok tempat mereka menjualannya dan tidak masalah jika ada pedagang ingin menyewa dua kios sekaligus. Selama pedagang tersebut bisa, dan tidak ada kendala.

¹³⁹ Supri, *Wawancara Semarang*, 15 Maret 2022

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang dijelaskan oleh peneliti di atas mengenai “Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian di Johar Trade Mall Semarang”, sehingga dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Analisis etika bisnis Islam dalam persaingan usaha antar pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang mencakup lima prinsip yaitu: Pertama, prinsip ketauhidan (*Unity*) dalam hal ini para pedagang grosir pakaian telah mempercayai bahwa rezeki telah ditetapkan oleh Allah SWT dan pasti rezeki tidak akan kemana serta ikut berperan menjaga hubungan baik antar sesama pedagang. Kedua, prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) yang dimana para pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang berupaya berbuat adil dalam menawarkan barang dagangan dari segi kualitas, model produk, harga maupun penampilan seseorang. Ketiga, prinsip kehendak bebas (*Free will*), kehendak bebas juga tercermin dalam kebebasan pembeli untuk memilih barang tanpa paksaan dari pedagang dan pembeli berhak memilih produk yang ingin dibeli sesuai keinginannya atas dasar suka sama suka. Keempat, prinsip pertanggung jawaban (*Responsibility*), para pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang senantiasa bertanggung jawab jika ada pembeli yang komplain bersedia mengganti produk dengan yang lebih baik jika produk tersebut memiliki kecacatan kualitas maupun kuantitas dan bertanggung jawab menyediakan barang yang berkualitas. Adapun prinsip etika bisnis Islam yang terakhir yaitu kebenaran (*Benelovence*), prinsip kebenaran tercerminkan oleh pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang dengan berupaya memberikan informasi yang sesuai dengan kenyataan

mengenai barang dagangannya kepada para pembeli agar tidak adanya pihak yang merasa dirugikan.

2. Persaingan usaha di Johar Trade Mall Semarang meliputi lima objek yang dipersaingkan diantaranya: Pertama, persaingan usaha dari segi produk, grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang saling bersaing untuk mendapatkan kualitas terbaik dan kelengkapan produk yang terbaik. Kedua, perusahaan bersaing dalam harga, rata-rata pedagang grosir pakaian menetapkan harga yang relatif sama dengan mencocokkan penawaran dan permintaan. Namun, tidak jarang menemukan grosir pakaian menjatuhkan harga pasar. Ketiga, persaingan usaha dalam hal pelayanan, dalam hal ini rata-rata pedagang grosir pakaian berusaha memberikan pelayanan yang terbaik seperti bersikap baik. Keempat, persaingan usaha dalam hal layanan purna jual, pedagang bersaing untuk mendapatkan layanan purna jual karena mereka percaya bahwa memberikan layanan purna jual kepada pembeli akan mempengaruhi jumlah penjualan dan menarik perhatian pembeli. Kelima, persaingan usaha dalam segi tempat, pedagang grosir pakaian tidak terlalu memikirkan tempat baik dari segi lokasi maupun ukuran kios, namun mengutamakan kebersihan tempat dan penempatan barang yang tepat demi kenyamanan dan kepuasan pembeli.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka peneliti menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Para pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang perlu melakukan usaha dalam persaingan yang sehat sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran. Hal ini dikarenakan bisnis tidak hanya membawa manfaat berupa materi saja, namun juga berkah dan rezeki yang di peroleh semata-mata dari Allah SWT.

2. Para pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang dalam hal menetapkan harga, beberapa aspek perlu diperhatikan agar harga yang berlaku dikalangan pedagang grosir pakaian harus seimbang sesuai dengan standar harga pasaran. Selain itu, diharapkan harus memahami dan menerapkan etika bisnis Islam dalam melakukan segala aktivitas berdagangnya dan selalu mempraktikkan persaingan usaha yang sehat. Diharapkan agar mendapatkan keberkahan dari Allah SWT dan selamat dalam dunia maupun akhirat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*. Aswaja Pressindo. (2014).
- Aedi, Hasan. *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Cet. Ke, I. Bandung: Alfabeta. (2011).
- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kausar. (2001).
- Ahmad Syafiq. "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam." *El-Faqih : Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam* Vol. 5, No. 1 (2019).
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah. Manajemen Bisnis Syariah*. (2009).
- Almashur, Djuanaidi Ghoni dan Fauzan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. (2012).
- Anggito, Albi et al. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak Puslisher. (2018).
- Anita, S Y. "Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 8, No. 01. (2022).
- Aprianto, Iwan, et al. *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Deepublish. (2020).
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*. Cet 1. Semarang: Walisongo Press. (2009).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. (2010).
- Asnawi, Nur. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Malik Press. (2011).
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta. (2019).
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Cet. IV. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. (2001).
- Basri, Hasan. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta. (2005).
- Beekun, Rafeek Issa. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. (2007).

- Bertens, K. *Pengertian Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius. (2013).
- Buchari, Alma. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta. (2005).
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana. (2007).
- Djakfar, H. Muhammad. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar PLUS. (2012).
- Fariqhah, A N. “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Bisnis Kain Batik Di Desa Tirto Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan*”. IAIN Ponorogo. (2021).
- Fauroni, Lukman. “*Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qu’an*”. *Jurnal Iqtisad* Vol. 4, No. 1 (2003).
- . “*Rekontruksi Etika Bisnis Perspektif Al-Quran*”. *Journal of Islamic Economics* Vol. 4, No. 1 (2003).
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara. (2015).
- Havis, Zamzam Fakhry & Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher. (2020).
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika. (2010).
- Hidayat, Dany, and Fatin Fadhilah Hasib. “*Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat*.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol. 2, No. 11 (2015).
- Ibrahim. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. (2015).
- Idri, Hadis. *Hadits Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. (2010).
- Indonesia, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Kamus Besar Bahasa. *No Title*. Jakarta: Balai Pustaka. (1995).
- Indrajaya, B. *Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karang Lewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam*. (2019).

- Johan, Suwinto. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. (2011).
- Juliyani, Erly. “*Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*.” *Jurnal Ummu Qura* (n.d.).
- Karishma W, Yogiswara, and Tika Widiastuti. “*Etika Bisnis Islam Dalam Pengelolaan Bisnis Di Pesantren Mukmin Mandiri*.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol. 4, No. 6 (2017).
- Kasmir, Moh. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN Malik Press. (2010).
- Kuncoro, Mudrajad. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga. (2005).
- Latif, Abdul. “*Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam*.” *Islamic Economics Journal* Vol. 3, No. 2 (2017).
- Mardhiyah, Ainun, and Feby Aulia Safrin. “*Persaingan Usaha Warung Tradisional Dengan Toko Modern*.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 8, No. 1 (2021).
- Maulana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. PT Remaja Rosdakarya. (2004).
- Moleong, Lexi J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya. (2009).
- Muhammad, Djakfar. *Agama, Etika, Dan Ekonomi: Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*,. UIN Malik Press. (2014).
- Mujahidin, Akhmad. *Ekonomi Islam*,. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. (2007).
- Mulyawisdawati, R A. “*Implementasi Etika Bisnis Islam Di CV Rumah Warna Yogyakarta*.” *Ijtihad: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, Vol. 13 No. 2. (2019).
- Naqi, Syed Nawad Haidar. *Etika Dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami*. Bandung: Mizan. (1985).
- Nawawi, Hasan. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. II. Yogyakarta: Gajah Mada University. (1995).
- Panggabean, Sriayu Aritha, and K. Kaharuddin. “*Etika Bisnis Dalam Perspektif Hukum Islam*,” *Citra Justicia: Majalah Hukum dan Dinamika Masyarakat* Vol.

22. No. 2 (2021).
- Panji Ardiansyah. *Etika Bisnis*. Yogyakarta: Quadrant. (2017).
- Pramitasi, Titik. “*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Pada Home Industry Tenun Tikar Nies Collection)*.” (Skripsi UIN Sunan Ampel. 2019).
- Puspitasari, Ira. “*Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)*.” Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol. 3, No. 1 (2019).
- Raharjo, Dawam. *Etika Ekonomi Dan Manajemen*. Yogyakarta: Tiara Wacana. (1990).
- Rivai, Veithzal. *Islamic Business And Economic Ethics: Mengacu Pada Al-Qur'an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, Dan Ekonomi*,. Jakarta: PT Bumi Aksara. (2012).
- Romadona, Wahyu Sri Bintang, Ulfi Izzani. “*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu*.” JMK Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 6, No. 3 (2021).
- Semarangkota.bps.go.id. "Letak Geografis Kota Semarang". Semarangkota.bps.go.id. <https://semarangkota.bps.go.id/statictable/2015/04/23/3/letak-geografis-kotasemarang.html>. 09 Maret 2022
- Shabiran, Lalu Muh, and Titiek Herwanti. “*Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*.” Maqdis kajian ekonomi Islam Vol. 2, No. 1 (2017).
- Siswanto, Victorianus Aries. *Strategi Dan Langkah-Langkah Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu. (2012).
- Siti Hofifah. “*Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam*.” Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Vol. 3, No. 2 (2020).
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. (2015).

- Suhendra, Badroen Faisal. "dkk. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. (2006).
- Sukardi, Didi. "*Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Industry Tape Ketan Cibereum*." *Al-Mustafa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam* Vol.3, No. (2018).
- Suma, Muhammad Amin. *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam*,. Cet. I. Jakarta: Kholam Publishing. (2008).
- Sundari. "*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo*." IAIN Ponorogo. (2020).
- Supianto. "*Pendekatan Per Se Illegal Dan Rule of Reason Dalam Hukum Persaingan*." *Jurnal Rechtens* Vol. 2, No. 1 (2013).
- Syahrizal, Ahmad. "*Etika Bisnis Perspektif Islam*." *Jurnal Aktualita* 9 (2018).
- Tri Wulandari, Aprilian. "*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Semvako Di Pasar Dolopo Madiun*". (Skripsi IAIN Ponorogo. 2021).
- Trihastuti, Aselina Endang. *Etika Bisnis Islam*. Deepublish. (2021).
- Widyastuti, Sri. *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Dunia Bisnis*. Malang: CV IRDH. (2019).
- Yusanto, Muhammad Ismail and Widjajakusuma, Muhammad Karebet. *Mengagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani. (2002).
- Yusuf, Saifudin. "*Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Ngunut)*." *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Vol. 6. No. 2 (2021).
- Zahroh, Fathimatuz. "*Nilai Fathonah Dalam Pengelolaan Bisnis Di Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo*." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol. 2, No. 9 (2015).
- Zaroni, Akhmad Nur. "*Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)*." *MAZAHIB: Jurnal Pemikiran Hukum Islam* Vol. 4, No. 2. (2007).

Zubair, Achmad Charris. *Kuliah Etika*. Jakarta: Rajawali Pers. (1997).

Zaid and Aufa, Muhammad Fikri. “*Peran Undang-Undang Persaingan Usaha dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi*”. *Jurnal Pamator* Vol. 15, No. 1 (2022).

LAMPIRAN
Pedoman Wawancara
Pada Pimpinan Johar Trade Mall Semarang

A. Waktu Wawancara:

1. Hari/Tanggal: Selasa, 15 Maret 2022
2. Tempat: Kantor Johar Trade Mall Semarang (Jl. K.H Agus Salim No.2
Kauman, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang)

B. Identitas Informan:

1. Nama: Supri
2. Jenis Kelamin: Laki-laki
3. Jabatan: Kepala Johar Trade Mall Semarang

C. Pertanyaan Penelitian:

1. Bagaimana sejarah Johar Trade Mall Semarang?
2. Visi dan Misi Johar Trade Mall Semarang?
3. Struktur Organisasi Johar Trade Mall Semarang?
4. Tugas dan Fungsi Johar Trade Mall Semarang?

Pedoman Wawancara

Pedagang Grosir Pakaian di Johar Trade Mall Semarang

NO	NARASUMBER & NAMA USAHA	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Ratih Lupita (Mulia <i>Fashion</i>)	Apakah bapak/ibu merasa dirugikan dengan adanya pedagang lain yang memberikan harga dibawah harga pasaran?	Untuk harga tergantung kualitas produk itu sendiri, karena kualitas produk mempengaruhi harga jual, walaupun yang dijual sama dengan pedagang grosir pakaian lainnya kualitas barang yang dijual juga akan berbeda.
		Bagaimana bentuk kualitas produk yang bapak/ibu berikan kepada pembeli ?	Tentunya memberikan kualitas yang terbaik kepada pembeli.
		Apakah bapak/ibu selalu memperhatikan kepuasan pelanggan agar mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan?	Lebih baik mencari langganan daripada mencari keuntungan yang besar, dengan menjaga kualitas pelayanan.
		Apakah bapak/ibu pernah menawarkan barang dengan harga yang berbeda-beda kepada pembeli?	Tidak, disini konsepnya sudah dengan harga pas, jadi harga yang ditawarkan kepada pembeli semuanya sama.
		Apakah bapak/ibu dalam	Iya disini bebas pilih apa yang mau di cari oleh

		jual beli yang dilakukan menawarkan barang atas dasar suka sama suka tanpa adanya paksaan?	pembeli tinggal dipilih saja. Tidak adanya paksaan yang dapat ketidaknyaman para pembeli.
		Bagaimana cara bapak /ibu mempertanggung jawabkan kualitas barang dagangan?	Untuk mempertanggung jawabkan jika ada barang yang cacat bisa ditukar dengan barang yang lain atau ditukar dengan barang yang baru.
		Apakah bapak/ibu dalam penawaran barang pernah memberikan informasi yang memadai tentang cacat atau tidaknya barang dagangan?	Barang yang dijual sangat banyak tentu kami tidak mengecek satu-satu barang yang hendak dijual. Misal pembeli mendapatkan barang yang rusak bisa kami melayani pertukaran barang.
2.	Indah Suprapti (Naifa)	Menurut bapak/ibu bagaimana persaingan harga yang terdapat di Johar Trade Mall?	Memang ada persaingan harga. Kalau pedagang grosir pakaian lainnya ada beberapa yang ngasih harga murah tetapi disini memberikan harga murah jika membeli dalam jumlah banyak agar pembeli lebih tertarik untuk membeli dalam jumlah banyak.
		Bagaimana bentuk kualitas produk yang bapak/ibu berikan kepada pembeli ?	Produk yang dijual diambil dari toko sebelumnya, jadi kalau bisa memberikan kualitas yang terbaik

		Apakah bapak/ibu selalu memperhatikan kepuasan pelanggan agar mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan?	Inshaallah iya agar pembeli datang kembali untuk berbelanja.
		Apakah bapak/ibu dalam berjualan masih menggunakan layanan purna jual?	Layanan purna jual yang saya gunakan dalam berdagang bermacam-macam, ada yang <i>return</i> karena cacat atau salah dan ada juga pembeli yang sudah menjadi pelanggan dapat mengembalikan barang yang sudah dibeli dan menukarnya dengan barang yang lain dan tidak boleh mengembalikan dalam bentuk uang, tetapi dengan batas waktu yang sudah ditentukan.
		Bagaimana menurut bapak/ibu jika melihat pedagang lain lebih ramai ketimbang dagangan bapak/ibu sendiri?	Rezeki sudah dibagi oleh Allah SWT jadi tidak apa-apa yang terpenting kita berusaha untuk menjualkan barang dagangan agar laku terjual.
		Apakah bapak/ibu pernah menawarkan barang dengan harga yang berbeda-beda kepada pembeli?	Terkadang iya, soalnya ada yang dijual lagi dan ada juga yang di pakai sendiri.
		Apakah bapak/ibu dalam jual beli yang dilakukan	Tidak ada paksaan saat menawarkan barang kepada

		menawarkan barang atas dasar suka sama suka tanpa adanya paksaan ?	pembeli.
		Apakah bapak/ibu dalam penawaran barang pernah memberikan informasi yang memadai tentang cacat atau tidaknya barang dagangan ?	Jika ada kerusakan saya memberitahui, misalnya terdapat bolong yang sedikit akan memberitahukan dan barang tersebut dapat diskon.
3.	Siti (Yumna Collection)	Menurut bapak/ibu bagaimana persaingan harga yang terdapat di Johar Trade Mall?	Menentukan harga samakan saja dengan pedagang lain tidak mengambil keuntungan yang berlebihan. Tetapi setiap pedagang menjual produk yang berbeda, hanya menyesuaikan harga grosir pakaian yang sama. Jadi biasanya beda pamasok juga beda harga sedikit.
		Bagaimana bentuk kualitas produk yang bapak/ibu berikan kepada pembeli?	Barang yang dijual harus baik dari segi kualitas, karena setiap pedagang menyediakan banyak pilihan dan miliki ciri khas tersendiri setiap tokonya, jadi tinggal para pembelinya saja yang memilih sendiri kualitas mana yang menurutnya bagus.
		Apakah bapak/ibu memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli	Lah iya, itu menjaga suatu kualitas toko sesama pedagang grosiran tentu

		seperti memberikan informasi yang lengkap mengenai barang yang dijual?	memberikan keterangan, kejelasan mengenai barang tersebut.
		Apakah bapak/ibu memperbolehkan pembeli untuk mengembalikan barang yang tidak sesuai?	Layanan purna jual berlaku untuk semua pembeli, terlepas dari kuantitas atau jumlah pembelian minimum. Jika barang sudah dibeli kami menyatakan bahwa barang tersebut dapat dikembalikan atau ditukarkan jika adanya kecacatan. Biasanya pembelian dalam grosir tidak dapat saya cek satu persatu karena jumlahnya yang banyak. Pelanggan saya rata-rata menjual kembali, jadi beberapa pelanggan setuju bahwa mereka dapat menukarkan barang tersebut untuk jangka waktu tertentu.
		Bagaimana menurut bapak/ibu jika melihat pedagang lain lebih ramai ketimbang dagangan bapak/ibu sendiri?	Secara normal tentu setiap toko memiliki pelanggannya sendiri-sendiri jadi tidak bisa di sama ratakan.
		Apakah bapak/ibu pernah menawarkan barang dengan harga yang berbeda-beda kepada	Tentu, harga itu berbeda-beda tidak sama sebabnya.

		pembeli?	
		Apakah bapak/ibu dalam jual beli yang dilakukan menawarkan barang atas dasar suka sama suka tanpa adanya paksaan?	Tentu atas dasar suka sama suka, kalau dengan adanya paksaan tidak adanya pelanggan yang mau berbelanja disini.
		Apakah bapak/ibu dalam penawaran barang pernah memberikan informasi yang memadai tentang cacat atau tidaknya barang dagangan?	Sudah dikatakan tadi, jika barang tersebut cacat bisa ditukar kalau tidak adanya kecacatan tidak bisa ditukar sudah ada perjanjian di awal.
4.	Desy (Evi Collection)	Apakah bapak/ibu merasa dirugikan dengan adanya pedagang lain yang memberikan harga dibawah harga pasaran?	Tidak, saya merasa biasa saja.
		Bagaimana bentuk kualitas produk yang bapak/ibu berikan kepada pembeli?	Kualitas tentu bagus dan bahan yang di berikanpun halus.
		Apakah bapak/ibu selalu memperhatikan kepuasan pelanggan agar mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan?	Pelayanan yang baik memang sangat penting, agar pelanggan menikmati berbelanja, pelayanan yang diberikan harus ramah dan sopan. Jika tidak ramah dengan pelanggan maupun

			para pembeli jadi males untuk berbelanja di toko kami dan tentunya tidak mau balik untuk berbelanja.
		Apakah bapak/ibu pernah menawarkan barang dengan harga yang berbeda-beda kepada pembeli?	Iya harganya berbeda-beda karena setiap merek harga juga berbeda. Dikarenakan kalau kita nawarin sesuai kita sendiri tidak harus sama semuanya.
		Bagaimana cara bapak/ibu mempertanggung jawabkan kualitas barang dagangan?	Terlihat dari kualitas produk itu sendiri tentu kami akan mempertanggung jawabkan barang tersebut.
5.	Listiyono (Sulis Collection)	Apakah bapak/ibu merasa dirugikan dengan adanya pedagang lain yang memberikan harga dibawah harga pasaran?	Menurut saya tidak ada pengaruhnya, karena masalah jual itukan punya hak sendiri-sendiri mau jual mahal ataupun murah juga haknya mereka. Prinsip saya seperti itu.
		Bagaimana bentuk kualitas produk yang bapak/ibu berikan kepada pembeli?	Tentunya mengutamakan kualitas yang terbaik untuk para pembeli dan pelanggan. Jika tidak memberikan kualitas yang baik dan bagus nanti para pembeli/konsumen tidak ingin membeli barang yang dijual, di sinilah cara untuk menarik para pembeli dan pelanggan itu dengan menunjukkan kualitas

			barangnya.
		Apakah bapak/ibu selalu memperhatikan kepuasan pelanggan agar mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan?	Itu sudah pasti, karena para pembeli nomor satu buat kami, jadi secara pelayanan kami memberikan full service untuk para pembeli maupun pelanggan dan tentu harus yang terbaik buat mereka.
		Bagaimana menurut bapak/ibu jika melihat pedagang lain lebih ramai ketimbang dagangan bapak/ibu sendiri?	Untuk saya pribadi biasa saja.
		Apakah bapak/ibu pernah menawarkan barang dengan harga yang berbeda-beda kepada pembeli?	Itu pasti, karena dagangan saya koleksi tentu harga yang ditawarkan juga tidak bisa sama sesuai dengan pembeli saja mau harga yang berapa ini memang sudah kami sediakan disini.
		Apakah bapak/ibu dalam jual beli yang dilakukan menawarkan barang atas dasar suka sama suka tanpa adanya paksaan ?	Beli harus paksaan juga tidak bisa. Jadi kita sesuai kenyataan yang dijual apa, kalau pembelinya minat berarti itu yang disukai.
		Bagaimana cara bapak/ibu mempertanggung jawabkan kualitas barang dagangan?	Insyallah saya memang menyediakan yang terbaik.

6.	Novi (Konveksi)	Apakah bapak/ibu merasa dirugikan dengan adanya pedagang lain yang memberikan harga dibawah harga pasaran?	Iya, untuk harga mengusahakan harga standar sesuai harga pasaran, walaupun mengenai harga saya merasa dirugikan jika ada pedagang grosir pakaian yang memberikan harga dibawah harga pasaran.
		Bagaimana bentuk kualitas produk yang bapak/ibu berikan kepada pembeli?	Kalau soal produk tetap memberikan kualitas yang bagus.
		Bagaimana menurut bapak/ibu jika melihat pedagang lain lebih ramai ketimbang dagangan bapak/ibu sendiri?	Tidak apa-apa mungkin memang rezekinya sana saja.
		Apakah bapak/ibu pernah menawarkan barang dengan harga yang berbeda-beda kepada pembeli?	Iya memang hargakan berbeda-beda setiap produk.
		Apakah bapak/ibu dalam jual beli yang dilakukan menawarkan barang atas dasar suka sama suka tanpa adanya paksaan ?	Iya tidak ada paksaan tentu yang di tawarkan atas dasar suka sama suka.
		Bagaimana cara bapak/ibu	Kalau kualitas, jika pembelinya tidak berminat

		mempertanggung jawabkan kualitas barang dagangan?	bisa <i>return</i> .
--	--	---	----------------------

DOKUMENTASI

1. Wawancara dengan bapak Supri selaku pengelola Johar Trade Mall Semarang



2. Wawancara dengan para pelaku pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang





PERMOHONAN IZIN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 1421/Un.10.5/D1/PG.00.00/04/2022 22 April 2022
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

Yth :
Kepala Johar Trade Mall Semarang
di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :

Nama : ISTIQOMAH KHOIRUNNISA
Nim : 1805026037
Semester : VIII
Jurusan / Prodi : S1 Ekonomi Islam
Alamat : Perumahan Pondok Ngaliyas Asri, kav.44 Kec. Ngaliyan,
Kota Semarang
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSAINGAN
USAHA PEDAGANG GROSIR PAKAIAN DI JOHAR TRADE
MALL SEMARANG
Waktu Penelitian : 07 Maret - 06 April 2022
Lokasi Penelitian : Jl. K.H. Agus Salim No.2, Kauman, Kec. Semarang Tengah,
Kota Semarang.

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
Lembagaan,

A. FATONI

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

NOTA PEMBIMBING



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang

Nomor :B-3850/Un.10.5/D.1/PP.00.9/11/2021

12 November 2021

Lamp. :-

H a l : Penunjukan menjadi Dosen
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :
Johan Arifin, S.Ag., MM
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Schubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Istiqomah Khoirunnisa
NIM : 1805026037
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian di Johar Trade Mall Semarang

Maka, kami mengharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan:

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi.

Untuk membantu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II Saudara/I Septiana Na'afi,MSI
Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Istiqomah Khoirunnisa
NIM : 1805026037
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tgl Lahir : Batam, 04 Mei 1999
Alamat : Perumahan Jupiter Residence A2 No 21, Sekupang,
Batam-Kepulauan Riau

Jenjang pendidikan:

- | | |
|------------------------|------------------|
| 1. SDN 006 Sekupang | Tahun Lulus 2012 |
| 2. SMP Latansa Cipanas | Tahun Lulus 2015 |
| 3. SMA Latansa Cipanas | Tahun Lulus 2018 |

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 25 April 2022

Penulis,



Istiqomah Khoirunnisa

NIM : 1805026037