



IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSAINGAN USAHA PERCETAKAN

Muhammad Ismail¹, Ardi Megantoro² Rizal Lutfi Aziz³

^{1, 2} STIS Darul Ulum Lampung Timur, Lampung, Indonesia

³ Mahasiswa Ekonomi Syariah, STIS Darul Ulum Lampung Timur, Lampung, Indonesia

Email: ¹ muhammadismail100396@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui implementasi etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha percetakan. Metode penelitian ini adalah kualitatif yang menggunakan bidang studi literatur (literature review). Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan sumber artikel berbentuk jurnal dan prosiding terdahulu yang relevan. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa usaha di bidang percetakan penerapannya telah berupaya menyesuaikan dengan etika bisnis Islam, namun beberapa kasus kurangnya pemahaman ekonomi syariah yang baik dan benar dari pihak instansi maupun pengguna, hal ini menyebabkan adanya keraguan terhadap implementasi prinsip syariah Islam pada percetakan tersebut..

Article Info

Article History

Received : 21 -03- 2023,

Revised : 01-04-2023,

Accepted : 06-04-2023

Keywords:

Implementasi Etika

Bisnis Islam,

Persaingan Usaha

Pendahuluan

Islam merupakan bukti adanya ajaran yang sempurna dimuka bumi ini, terbukti dengan adanya perintah Allah untuk menyeimbangkan antara sisi ibadah (Hablum minallah) dengan sisi muamalah (Hablum minannas). Salah satu bentuk penerapan Hablum Minannas dalam kehidupan masyarakat yaitu adanya kegiatan jual beli. (Azizah, 2020) Transaksi jual beli telah ada sejak zaman Rasulullah, bahkan Rasulullah menganjurkan umatnya untuk mencari rezeki dengan cara perdagangan sesuai sabdanya yaitu “ Wahai Rasulullah, mata pencaharian (kasb) apakah yang paling baik? “ Beliau bersabda “Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (diberkahi)” (HR. Ahmad 4:141). Hadist tersebut menggambarkan bahwa jual beli mengandung manfaat yang sangat besar bagi sesama manusia. Selain dapat menyambung silaturahmi, transaksi jual beli juga dapat menolong sesama manusia dengan memenuhi kebutuhan mereka. Tidak hanya itu, jual beli bahkan menjadi solusi permasalahan ekonomi yang membuat Bank Inggris bangkrut yakni Riba.(Qanitah An Nabila A’yun, Nafisah Maulidia Chusma, Cindy Nurul Aulia Putri, 2021).

Kerangka Konseptual

1. Implementasi

Dalam kamus bahasa Indonesia, implementasi diartikan sebagai penerapan atau pelaksanaan. (Arinda Firdianti, 2018) Implementasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *to implement* yang berarti mengimplementasikan. Dalam kamus Webster *to implement* berarti menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu untuk menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu. (Muhammad Ali, 2017)

Implementasi adalah hal penting untuk mewujudkan suatu gagasan. Seseorang harus mengimplementasikan gagasan untuk mencapai tujuannya. Untuk mengimplementasikan suatu gagasan diperlukan serangkaian proses. Implementasi adalah proses yang diterapkan di banyak bidang seperti ekonomi, pendidikan, sosial, politik, teknologi, kesehatan, informasi, dan banyak lagi. Implementasi adalah penerapan gagasan dengan arti yang cukup luas. Implementasi adalah praktik mendasar untuk menerapkan strategi atau tujuan apa pun. Tujuan dari rencana implementasi adalah untuk menerapkan strategi. (Qanithah An Nabila A'yun, Nafisah Maulidia Chusma, Cindy Nurul Aulia Putri, 2021)

2. Etika Bisnis Islam

Dalam buku Etika Bisnis karangan Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan al- Quran dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnisnya. (Muhammad Djakfar, 2019) Sementara A. Hanafi dan Hamid Salam sebagaimana dikutip oleh Lukman Fauroni, etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dalam perspektif al-Qur'an dan Hadist, yang bertumpu pada 6 prinsip, yaitu kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan. (Lukman Fauroni, 2006)

Dalam etika bisnis Islam, tentunya setiap pelaku usaha harus memegang prinsip-prinsip-prinsip bisnis Islami. Menurut Imam Ghazali dalam buku Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam, ada beberapa prinsip bisnis Islami. (Iwan Apriyanto, 2020)

- 1) Jika seseorang memerlukan sesuatu, kita harus memberikan dengan laba yang minimal. Jika perlu tanpa keuntungan.
- 2) Jika seseorang membeli barang dari orang miskin, harga sewajarnya dilebihkan.
- 3) Jika ada orang yang berhutang dan tidak mampu membayar, maka diperpanjang, tidak memberatkan dan sebaiknya dibebaskan.
- 4) Bagi mereka yang sudah membeli, tidak puas dan ingin mengembalikannya, maka harus diterima kembali.
- 5) Pengutang dianjurkan untuk membayar hutangnya lebih cepat.
- 6) Jika penjualan dilakukan dengan kredit, maka sebaiknya jangan memaksa pembayaran jika pembeli belum mampu.

3. Persaingan Usaha

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-

masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Persaingan itu terdiri dari beberapa bentuk termasuk pemotongan harga, iklan atau promosi penjualan, variasi kualitas, kemasan, desain dan segmentasi pasar. (B.N. Marbun, 2003)

Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, atau sumber daya yang dibutuhkan. Kemudian kata usaha dalam kamus manajemen yaitu kegiatan yang dilakukan secara terorganisasi dan terarah untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan secara tetap, baik yang dilakukan secara individu maupun kelompok. Persaingan yang wajar dengan mematuhi aturan main tertentu disebut persaingan sehat dan memberi dampak positif bagi pihak-pihak yang bersaing, yaitu adanya motivasi untuk lebih baik. Namun jika persaingan sudah tidak sehat, maka persaingan akan memberi dampak buruk bagi kedua belah pihak. (Mudrajad Kuncoro, 2005)

Menurut Suhasril dan Makarao, Persaingan usaha dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu persaingan sehat (*perfect competition*) dan persaingan tidak sehat (*imperfect competition*). Persaingan usaha sehat yang berarti persaingan yang sesuai dengan agama dan dibolehkan oleh hukum, sedangkan persaingan usaha tidak sehat yaitu persaingan usaha yang tidak sesuai dengan agama dan dilarang oleh hukum. (Suhasril dan Makarao, 2010)

Persaingan usaha sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi barang dan atau jasa yang dilakukan dengan jujur dan tidak melawan hukum. Persaingan sehat dan jujur sangat diperlukan bagi membina kekuatan lembaga-lembaga usaha, dari berbagai skala usaha yang ada sehingga kegiatan ekonomi berjalan secara efisien. Persaingan usaha yang sehat seperti ini justru akan melahirkan pengusaha yang tangguh dan terpercaya di dalam menghadapi iklim ekonomi global. Perlu ditegaskan bahwa penciptaan persaingan usaha yang sehat haruslah dimulai dari pembenahan perilaku pengusaha. (Miraza, 2004)

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum sehingga menghambat persaingan usaha. Berbagai pelanggaran yang terjadi bisa dalam bentuk manipulasi ukuran, harga, kualitas, dan merk yang ada kaitannya dengan transaksi perdagangan yang terjadi. Persaingan usaha tidak sehat biasanya mengandung unsur : (Didi Sukardi et.al., 2018)

- a. *Gharar* yaitu ketidakpastian dalam suatu akad, baik mengenai kualitas atau kuantitas objek akad maupun penyerahannya.
- b. *Taghrir* yaitu upaya untuk mempengaruhi orang lain, baik dengan ucapan maupun tindakan yang mengandung kebohongan, agar terdorong untuk melakukan transaksi.
- c. *Jahalah* yaitu ketidakjelasan dalam suatu akad, baik mengenai objek akad, kualitas atau kuantitas, harganya maupun mengenai waktu penyerahannya.
- d. *Ikhtika* yaitu membeli suatu barang yang sangat diperlukan masyarakat pada saat harga mahal dan menimbunnya dengan tujuan untuk menjualnya kembali pada saat harganya lebih mahal.
- e. *Ghabn* yaitu ketidakseimbangan antara dua barang yang dipertukarkan dalam suatu akad, baik segi kualitas maupun kuantitasnya.

- f. *Ghabn Fahisy* yaitu *ghabn* tingkat berat seperti jual beli atas barang dengan harga jauh di bawah harga pasar.
- g. *Talaqqi al-rukban* yaitu bagian dari *ghabn* yaitu jual beli atas barang dengan harga jauh di bawah harga pasar karena pihak penjual tidak mengetahui harga tersebut.
- h. *Tadlis* yaitu tindakan menyembunyikan kecacatan obyek akad yang dilakukan oleh penjual untuk mengelabui pembeli seolah-olah obyek akad tersebut tidak cacat.
- i. *Tanajusy* atau *Najisy* yaitu tindakan menawar barang dengan harga lebih tinggi oleh pihak yang tidak bermaksud membelinya untuk menimbulkan kesan banyak pihak yang berminat membelinya.
- j. *Ghisysy* yaitu salah satu bentuk *tadlis* yaitu penjual menjelaskan atau memaparkan keunggulan atau keistimewaan barang yang dijual serta menyembunyikan kecacatannya.
- k. *Darar* yaitu tindakan yang dapat menimbulkan bahaya atau kerugian orang lain.

4. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam berpedoman pada Al-Quran dan Sunnah nabi sebagai sumber dasar hukum yang di dalamnya mencakup aturan-aturan untuk membimbing dan mengarahkan manusia dalam menjalankan ibadah serta perbuatan aktivitas umat Islam, yang jika dijalankan akan menghasilkan kesuksesan besar baik di dunia maupun akhirat. (Lukman Fauroni, 2006)

Dalam hubungan ini, al-Qur'an dan al-Hadits sebagai sumber dari etika bisnis. Sumber etika bisnis Islam telah memberikan khithab antara yang halal dan haram, kebajikan dan kemungkarannya. Dalam Al- Qur'an terdapat ayat yang memerintahkan untuk berbuat kebajikan, saling berlaku adil dan menghindari dari perbuatan keji, kemungkarannya dan permusuhan. Allah SWT berfirman dalam Q.S an-Nahl Ayat 90, yang berbunyi :

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

Artinya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkarannya, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat”. (Kemenag RI, 2009)

Metodologi Penelitian

Metode penulisan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif *deskriptif-analitik*, yaitu penelitian yang ditekankan pada penelusuran dan penelaahan sumber-sumber tertulis dan bahan bacaan lain yang ada kaitannya dengan tema yang dibahas untuk selanjutnya dikaji dan ditelaah secara mendalam. (Arief Furchan, 2005) Studi pustaka ini menjelaskan dan menggambarkan objek penelitian kemudian menganalisis dari sudut pandang etika bisnis dalam Islam. Adapun teknik analisis dalam penelitian ini adalah metode analisis isi (*content analysis*) yang memuat metode induksi, deduksi, dan komparasi. Teknis ini dipakai untuk menarik kesimpulan secara objektif dan sistematis lewat penemuan karakteristik pesan, sekaligus untuk menganalisis konsep dengan membandingkannya dengan argumen-argumen lain. (Suminto, 2020) Penelitian ini bertujuan untuk

mengungkap bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam dalam persaingan Usaha dengan berbagai studi kasus dan informasi peristiwa yang penulis dapatkan.

Pembahasan

A. Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Percetakan di Kabupaten Sekampung Lampung Timur

Setelah mendapatkan informasi tentang gambaran perilaku pengusaha percetakan di Kabupaten Sekampung Lampung Timur, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang dapat memberikan informasi yang peneliti butuhkan.

1. Apakah menetapkan harga sebuah strategi bersaing percetakan?

Menurut Bapak Ahmad Abroza, Persaingan penetapan harga sangat menyulitkan bagi percetakan untuk setiap produk yang dijual jangan sampai menjatuhkan harga atau dibawah harga produk pesaingnya. Namun sebenarnya sering dia lakukan menjual harga produk tidak sesuai dengan harga yang telah ditetapkan. Ketatnya persaingan harga percetakan sudah bervariasi tidak sesuai kesepakatan harga percetakan lagi sehingga membuat bapak Ahmad Abroza menjual harga tidak sesuai kualitas lagi, karena ingin usaha tetap berjalan.

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

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

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

3. Kendala dalam perkembangan usaha percetakan?

Menurut bapak Ahmad Abroza, kendala terbesar dalam percetakan adalah modal dan manajemen percetakan. Ini sangat dibutuhkan di percetakan. Bagaimana mau maju sampai sekarang belum ada penyelesaian. Manajemen percetakan masih semerawut.

Diman satu orang mengambil semua pekerjaan yang bisa di lakukan sehingga karyawan di percetakan engan lagi bekerja bertahun-tahun. Dia beragapan pekerjaan banyak tapi gaji yang diberi tidak seberapa di berikan.

Wawancara dengan konsumen percetakan, dengan pertanyaan berapa pertanyaan? Wawancara Ibu gina, produknya bagus sesuai yang dipesan, dan cepat proses, ibu gina, sering datang ke percetakan, apalagi ada kegiatan- kegiatan yang penting atau sifat mendadak. Dapat diskon beberapa persan mencetak disini merasa puas. Pelayanan bagus.

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

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

Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi dan lain sebagainya, sedangkan faktor dari luar seperti tersedianya sarana transportasi, komunikasi, fasilitas kredit. Pada dasarnya suatu usaha bila ditinjau dari faktor pendorongnya tidak terlepas dari ide, gagasan, skill yang dimiliki para pelaku ekonomi khususnya pengusaha Percetakan . Kemudian gagasan itu dikaitkan dengan beberapa faktor yang mendukung terlaksananya gagasan tersebut, hal ini dapat menjadi pendorong bagi seseorang untuk melaksanakan ide tersebut.

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

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

a. Mempunyai prospek yang baik di masa mendatang

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

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

b. Kelayakan pasar

Faktor pemasaran merupakan hal yang paling penting, sebab hakikat *teknopreneur*

atau bisnis adalah penjualan. Usaha atau bisnis tidak akan pernah ada selama penjualan juga tidak ada. Penjualan pun akan dipengaruhi oleh tempat dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Tempat/lokasi yang strategis akan mempengaruhi tingkat penjualan produk, karena tempat merupakan saluran distribusi dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen. Selain lokasi usaha, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dan puas mempengaruhi kelayakan pasar.

c. Kualitas produk

Untuk mampu bertahan serta memiliki nilai lebih dalam menghadapi persaingan, pengusaha harus dapat merebut hati konsumen dengan cara mempertahankan kepercayaan konsumen melalui kontrol akan kualitas produk.

d. Adanya teknologi

Dengan adanya teknologi sangat mendorong berjalannya usaha Percetakan ini karena usaha Percetakan menggunakan mesin dan alat-alat elektronik untuk mencetak berbagai macam produk. Sebelum adanya teknologi kami mencetak spanduk dengan cara manual tapi sekarang sudah ada mesin mencetak sehingga dapat mempermudah dan mempercepat kegiatan usaha ini.

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

a. Keterbatasan modal investasi maupun modal kerja

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

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

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

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

Artinya :

Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”(Kemenag RI, 2009)

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

Secara garis besar, Islam tidak menafikan adanya persaingan usaha dalam bisnis dalam rangka mencapai suatu keadaan yang “fair” bagi konsumen dalam memperoleh layanan dan harga yang terbaik dan kompetitif. Islam menegakkan sistem pasar pada kondisi persaingan sempurna, yakni persaingan yang mendasar atas permintaan dan penawaran tanpa intervensi dari pihak manapun. Jika masyarakat melakukan transaksi jual beli dalam kondisi yang normal tanpa ada bentuk distorsi atau penganiayaan apapun dan terjadi perubahan harga karena sedikit penawaran dan banyaknya permintaan, maka ini adalah kehendak Allah SWT. Kerjasama bukan persaingan harus menjadi dasar dalam aktivitas ekonomi, sebab dari dasar inilah terbentuknya perilaku (behavioral) dan struktur pasar yang ideal. (Mustafa Kamal Rokan, 2012)

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

Dalam hukum persaingan usaha, penetapan harga di bawah harga pasar dengan pelaku usaha lain disebut juga penetapan harga di bawah biaya marginal. Penetapan harga di bawah harga pasar dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat. (Mustafa Kamal Rokan, 2012) Dan seharusnya pengusaha percetakan harus melandasi kegiatan ekonomi mereka dengan asas kerjasama atau saling membantu antar pengusaha bukan saling menjatuhkan dan merugikan pengusaha yang lain.

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

persaingan.(Rini Elpa Sari, 2021)

Kesimpulan

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

1. Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Percetakan di Sekampung Lampung Timur. Persaingan percetakan yaitu bentuk persaingan harga, persaingan produk. Akan tetapi etika atau perilaku yang ditanamkan oleh pengusaha percetakan terhadap pengusaha tidak sepenuhnya dilaksanakan, ini terbukti masih ada pengusaha yang menjual harga berbeda dengan harga yang diperlakukan oleh antar pengusaha percetakan dan hal ini menunjukkan ketidak jujuran.
2. Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Percetakan dalam Perspektif Etika bersaing dalam Islam di Percetakan Sekampung Lampung Timur. Masih belum sesuai dengan syariah. Hal tersebut dikarenakan pengusaha percetakan di Lampung Timur tersebut usaha yang menghalalkan segala cara, tidak menghasilkan produk berkualitas dan pelayanan yang kurang bagus, dan tidak sesuai hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis dimana pesanan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Dalam Islam persaingan yang diperbolehkan adalah persaingan yang sehat, persaingan secara positif yang tidak menghalalkan segala cara hanya untuk sekedar memenangkan persaingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief Furchan, A. M. (2005). Studi Tokoh Metode Penelitian Mengenai Tokoh. *Jurnal Pustaka Pelajar*, 15.
- Arinda Firdianti. (2018). Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa. GRE Publishing.
- Azizah, M. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. *Fakultas Syariah*, 10(1), 83–96.
- B.N. Marbun. (2003). *Kamus Manajemen*. Pustaka Sinar Harapan, 276.
- Didi Sukardi et.al. (2018). Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Industry Tape Ketan Cibeureum. *Al-Mustashfa Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 3, 194.
- Iwan Apriyanto, dkk. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Deepublish, 42.
- Kemenag RI. (2009). *Al-Qur'an Terjemah*.
- Lukman Fauroni. (2006). *Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an*. Pustaka Pesantren, 9.
- Miraza, B. H. (2004). *Manajemen Bisnis*. 24.
- Mudrajad Kuncoro. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*.
- Muhammad Ali. (2017). *Kebijakan Pendidikan Menengah dalam Perspektif Governance di Indonesia*. UB Press, 51.
- Muhammad Djakfar. (2019). *Etika Bisnis Islam*.
- Mustafa Kamal Rokan. (2012). *Hukum Persaingan Usaha*. 36.
- Qanitha An Nabila A'yun, Nafisah Maulidia Chusma, Cindy Nurul Aulia Putri, F. N. L. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-COMMERCE POPULAR di Indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1.

- Rini Elpa Sari. (2021). ETIKA PERSAINGAN ANTAR PENGUSAHA PERCETAKAN PERSPEKTIF ETIKA BERSAING DALAM ISLAM (Studi Percetakan di Jalan Merapi Raya Kelurahan Tebeng Kota Bengkulu).
- Suhasril dan Makarao, M. T. (2010). Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia. Ghalia Indonesia, 149.
- Suminto, A. (2020). Etika Kegiatan Produksi: Perspektif Etika Bisnis Islam. *Islamic Economics Journal*, 6(1), 123. <https://doi.org/10.21111/iej.v6i1.4387>