

**TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP ETIKA
PERSAINGAN PADA PERCETAKAN UNDANGAN
DI KECAMATAN SUKAJADI
PEKANBARU**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)**



OLEH

**YULI FAUZIAH
10925007505**

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1434 H/2013 M**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul, **Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru.** Masalah dalam penelitian ini adalah persaingan harga, di karenakan usaha yang sejenis yang menyebabkan terjadinya ketatnya persaingan setelah usaha ini berjalan pengusaha mengadakan perkumpulan dan bermusyawarah untuk menetapkan harga yang akan diberikan kepada konsumen akan tetapi sebagian pengusaha percetakan undangan berani memberikan harga dibawah harga yang telah ditetapkan, ada kesepakatan antara pengusaha untuk memberikan penetapan harga. Bukan hanya memberikan harga dibawah harga yang telah ditetapkan terkadang pengusaha lambat dalam menyelesaikan pesanan undangan konsumen, sehingga konsumen harus memberikan pengusaha waktu untuk cepat menyelesaikannya. Penelitian ini di latar belakang oleh keinginan penulis untuk mengetahui bagaimana bentuk dan etika persaingan pada percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru.

Pokok masalah yang diteliti adalah Bagaimana bentuk dan etika persaingan pada percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru, dan bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap etika persaingan pada percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru.

Penelitian ini bersifat penelitian lapangan yaitu di Percetakan Undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Populasi penelitian ini adalah seluruh unit usaha percetakan undangan yang berada di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru yang berjumlah 69 unit usaha. Sedangkan sebagai sampelnya penulis mengambil 30% atau 21 unit usaha percetakan undangan dengan menggunakan *Random Sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak, dimana setiap populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Untuk mendapatkan data yang lebih valid penulis menggunakan data dari konsumen maka penulis mengambil 19 orang konsumen dengan menggunakan *Insidental Sampling* yaitu siapa saja yang bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Jumlah seluruhnya menjadi 40 sampel.

Penulis menggunakan analisa Deskriptif Kualitatif, yaitu data-data yang dikumpulkan kemudian diuraikan, menganalisis data yang bersifat penjelasan atau penguraian data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan

konsep-konsep yang mendukung pembahasan yang relevan kemudian diperoleh kesimpulan.

Setelah mengadakan penelitian dengan mengumpulkan dan menganalisa data penulis dapat menyimpulkan bahwa bentuk etika persaingan pada percetakan undangan yaitu persaingan harga dimana pengusaha memberikan harga dibawah harga yang telah ditetapkan hal ini dikarenakan persaingan usaha yang sangat ketat sehingga membuat pengusaha mempunyai cara tersendiri untuk mendapatkan konsumen.

Etika persaingan pada percetakan undangan yaitu dalam penyerahan pesanan terkadang sebagian pengusaha lambat dalam menyelesaikan undangan sehingga dalam penyerahan undangan tidak tepat pada waktunya.

Bentuk dan etika persaingan pada percetakan undangan tidak sesuai syariat Islam karena pengusaha memberikan harga dibawah harga yang telah ditetapkan, dapat merugikan salah satu pihak dan etika persaingan pada percetakan undangan pengusaha tidak menepati janji kepada konsumen di karenakan banyaknya pesanan yang diterima pengusaha.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya kepada kita bersama sehingga penyusun skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Shalawat dan salam atas junjungan alam Nabi Muhammad SAW, mudah-mudahan dengan seringnya bershalawat kita termasuk umat yang mendapat syafa'at beliau di akhir kelak nanti. Amin.

Skripsi ini berjudul Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Skripsi ini hasil karya ilmiah yang disusun untuk untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam (S.E.Sy) oleh setiap mahasiswa strata satu (S1) Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud dengan baik tanpa adanya bantuan dari semua pihak, untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih banyak dan yang tulus dari lubuk hati yang paling dalam kepada:

1. Ayahanda Marlis dan Ibunda Miskarni yang telah memberikan motivasi, do'a, moril maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Nazir selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta Pembantu Rektor I, II, III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. H. Akbarizan, M.Ag, M.Pd selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum beserta Pembantu Dekan I, II, III.

4. Bapak Mawardi, S.Ag. M.Si selaku Ketua jurusan Ekonomi Islam dan Dermawan Indrajaya M.Ag sebagai Sekjur Ekonomi Islam.
5. Bapak Haswir, M.Ag selaku Penasehat Akademis yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis di bidang akademik.
6. Ibu Mardiana, M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, motivasi serta meluangkan waktunya demi penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan ilmu pada penulis.
8. Kepada camat, staf-staf beserta karyawan/ti yang ada di kantor Kecamatan Sukajadi Pekanbaru yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada seluruh pengusaha percetakan undangan yang ada di Kecamatan Sukajadi yang telah meluangkan waktunya dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Mudah-mudahan dengan segala jerih payah dan dorongan yang telah disumbangkan, bernilai sebagai ibadah di sisi Allah SWT, Amiin.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu mohon kritik dan saran sangat diharapkan dari semua yang membacanya terutama Ibu Dosen Pembimbing yang selalu membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Wassalam
Pekanbaru, 09 September 2013

YULI FAUZIAH
NIM. 10925007505

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
E. Metode Penelitian	7
F. Sistematika Penelitian	10
BAB II GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN	
A. Letak Geografis Dan Demografis Kecamatan Sukajadi Pekanbaru	12
B. Agama dan Pendidikan	15
C. Mata Pencarian	17
BAB III TINJAUAN UMUM TENTANG ETIKA PERSAINGAN	
A. Pengertian Etika	19
B. Persaingan	21
C. Dalil Tentang Etika dan Persaingan	24
D. Etika Persaingan dalam Ekonomi Islam.	27
E. Undang-Undang yang Mengatur Tentang Persaingan Usaha	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Persaingan Pada Percetakan Undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru.	36
B. Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru	45
C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan Di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru .	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktivitas persaingan. Dengan kata lain aktivitas bersaing dalam bisnis antara pebisnis satu dengan pebisnis yang lain tidak dapat dihindari, sebagai seorang pebisnis muslim kita harus memahami etika dalam bersaing yang diajarkan Islam, dianjurkan agar para umatnya melakukan persaingan dalam mencapai kebaikan di segala hal.

Negara tidak dapat berjalan dan maju tanpa adanya dunia usaha yang berkembang secara pesat dan efisien. Dunia usaha merupakan suatu dunia yang boleh dikatakan tidak dapat berdiri sendiri. Banyak aspek dari berbagai macam dunia lainnya turut terlibat baik langsung maupun tidak langsung dengan dunia usaha.¹

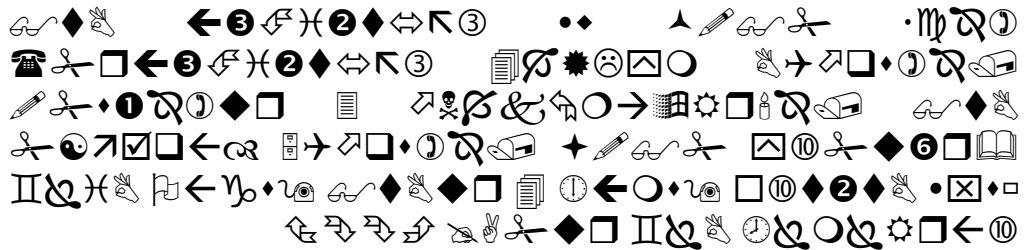
Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi. Dalam konteks ekonomi, tujuan akhir yang dicapai manusia adalah terpenuhinya kebutuhan hidup, dan sekaligus meraih kesejahteraan dan kebahagiaan. Hidup yang sejahtera dan bahagia mustahil tercapai tanpa kecukupan secara finansial, dan pengamalan ajaran agama yang benar.²

Untuk mewujudkan kemakmuran dan kebahagiaan hidup manusia harus berusaha mencari dan mengumpulkan harta sesuai petunjuk ajaran Islam.

Allah SWT berfirman dalam surat Ar-Rad: 11, yaitu:

¹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Seri Hukum Bisnis: Anti Monopoli*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006), h. 1

² M. Sholahuddin, *Asas-Asas Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), ed.1, h. 2-3



Artinya: *“Sesungguhnya Allah tidak akan tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada perlindungan bagi mereka selain Dia”*.

Dari ayat tersebut dapat dilihat bahwa Allah tidak akan mengubah rezeki kepada manusia kecuali manusia berusaha untuk mendapatkannya dan Allah menganjurkan manusia untuk bekerja dan berusaha dengan cara yang baik dan diridhai oleh Allah SWT dan usaha yang dijalani bermanfaat bagi masyarakat.

Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja.³ Etika adalah ilmu apa yang baik dan apa yang buruk dan hak dan kewajiban moral (akhlak).⁴ Menurut Choirul Fuad Yusuf, mengartikan etika sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dari apa yang salah.⁵

Persaingan merupakan usaha memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan oleh perseorangan (perusahaan, negara) pada bidang

³ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), cet. 2, h.5

⁴ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2008), ed.4, h.383

⁵ Muhandis Natadiwiry, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta: Granada Press, 2007), cet.1, h.35

perdagangan, produksi, persenjataan.⁶ Pesaing sangat berkepentingan terhadap perencanaan maupun tindakan strategi yang dilakukan perusahaan. Peluncuran produk baru perusahaan yang memiliki ciri-ciri produk lebih unggul dibanding pesaing dapat mengakibatkan berpindahnya pelanggan pesaing menjadi pengguna produk perusahaan.⁷

Setiap perusahaan harus memandang ke depan untuk melihat ke arah mana seharusnya bergerak dan bagaimana caranya untuk bisa mencapai tujuan tersebut. Masa depan perusahaan tidak boleh hanya dianggap kebetulan, untuk itu perusahaan menggunakan dua sistem perencanaan strategi dan sistem perencanaan pemasaran.⁸ Dengan adanya tingkat persaingan yang sangat ketat sekarang ini, perusahaan yang gagal mengembangkan produk baru menghadapi resiko yang besar. Produk baru mereka amat rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi baru, penurunan siklus hidup produk, dan peningkatan persaingan dalam dan luar negeri.⁹

Pada era globalisasi saat ini perkembangan bidang industri jasa merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh dengan pesat. Pertumbuhan ekonomi tersebut selain disebabkan oleh jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh jasa yang baru sebagainya akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Salah satu industri jasa yang cukup berkembang yaitu percetakan. Pada masa sekarang ini, percetakan merupakan

⁶ Pusat Bahasa, *Op.cit.*, h.1202

⁷ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis Dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 99

⁸ Philip Kotler, *Marketing, Terj.Herujati Purwoto*, (Jakarta:Erlangga, 1999), h. 42

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h.415

industri penting dalam kehidupan manusia. Sesuai dengan berkembangnya ilmu dan teknologi, sehingga pada saat ini industri percetakan sudah semakin modern.

Percetakan undangan merupakan salah satu usaha kecil menengah yang memacu pertumbuhan sektor industri jasa. Berkembangnya berbagai sektor industri, yang mencakup subsektor industri besar dan kecil diharapkan dapat menjadi penggerak bagi pertumbuhan ekonomi khususnya di Pekanbaru, tidak hanya dari segi penyediaan lapangan kerja tetapi juga sarana untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

Pelaku usaha akan berusaha menciptakan, mengemas serta memasarkan produk yang dimilikinya baik barang atau jasa sebaik mungkin agar diminati oleh konsumen. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan, penerapan strategi, menciptakan produk dan pelayanan sangat penting diperhatikan. Antara penyedia barang dan jasa sejenis berusaha untuk memenangkan persaingan menarik konsumen sebanyak-banyaknya sehingga setiap industri jasa percetakan undangan mempunyai cara tersendiri untuk memajukan usaha mereka.

Perusahaan mengalami persaingan antar pengusaha percetakan undangan dalam mendapatkan konsumen. Dengan demikian, persaingan yang terjadi yaitu persaingan harga, pengusaha percetakan undangan berusaha untuk menarik konsumen dan bagaimana caranya konsumen bisa membeli produk mereka.¹⁰ Pengusaha percetakan undangan berani memberikan harga percetakan dibawah harga yang telah ditetapkan, dari hasil wawancara kepada

¹⁰ Satria (Konsumen), *Wawancara*, Sabtu 20 April 2013

seorang pengusaha percetakan undangan yaitu ibu Rina yang mengatakan bahwasanya pemberian harga dibawah harga yang telah ditetapkan bukan mendapatkan untung dilihat dari segi kertas yang digunakan dan pembayaran yang diberikan kepada orang yang mencetak undangan.¹¹

Pelayanan sangat dibutuhkan juga dalam persaingan untuk menarik hati konsumen, karena konsumen tidak merasa puas bila tidak dilayani dengan baik. Hal ini juga terjadi pada percetakan undangan yang ada di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Karena banyaknya pesaing percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru tempat yang berdekatan membuat pesaing berlomba-lomba mendapatkan konsumen.

Salah satu etika dalam jual beli yaitu menepati janji, ini adalah salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam menarik minat konsumen. Hal ini terlihat pada seorang konsumen, yang mengeluh karena keterlambatan pengusaha membuat undangan yang dipesan, tidak sesuai dengan jadwal yang diinginkan.¹² Terlihat disini keluhan konsumen karena pengusaha tidak menepati janji.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada penulis tertarik untuk membahas lebih jauh dalam bentuk karya ilmiah yang disusun dengan judul: **“Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru.”**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan sampai pada sasaran yang dituju, maka penulis membatasi masalah. Adapun penulis membatasi pembahasan ini

¹¹ Rina (Pengusaha Percetakan Undangan Golden Card), *Wawancara*, Jum'at 24 Mei 2013

¹² Okta (Konsumen), *Wawancara*, Kamis 2 Mei 2013

kepada **“Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru di Tinjau Menurut Ekonomi Islam.”**

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka penulis mencoba merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk persaingan pada percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru?
2. Bagaimana etika persaingan pada percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru?
3. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap etika persaingan pada percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bentuk persaingan pada percetakan undangan di Kecamatan Mandau Sukajadi Pekanbaru
- b. Untuk mengetahui etika persaingan pada percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru
- c. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap etika persaingan pada percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru

2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai sumbang penulis dalam mengembangkan disiplin Ilmu guna pengembangan dan pengetahuan.

- b. Sebagai kontribusi dalam khazanah intelektual tentang pemikiran Ekonomi Islam dan kaitannya dalam kehidupan masyarakat.
- c. Sebagai tugas dan syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang mengambil lokasi di Jl. KH. Ahmad Dahlan Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Alasan penulis menjadikan lokasi ini, karena penulis mengamati daerah ini merupakan sentral percetakan undangan sehingga diharapkan dapat memberikan data-data yang lebih valid.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha pada percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Sedangkan yang menjadi objeknya adalah etika persaingan pada percetakan undangan yang ada di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha percetakan undangan yang berada di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru yang berjumlah 69 unit usaha. Karena keterbatasan penulis, maka penulis mengambil sampel sebanyak 30% dari populasi yaitu 21 unit usaha percetakan undangan yang tersebar di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Adapun teknik yang penulis gunakan di dalam pengambilan sampel adalah metode

Random Sampling, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.¹³

Kemudian untuk mendapatkan data yang lebih valid tentang etika persaingan pada percetakan undangan maka disebarakan angket kepada konsumen. Karena populasi dari konsumen terlalu banyak sehingga tidak dapat ditentukan jumlahnya secara pasti, maka peneliti memakai *Insidental Sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.¹⁴

4. Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh dengan cara observasi, wawancara dan angket dari pengusaha percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru dan konsumen.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari referensi-referensi yang hubungan dengan penelitian.

5. Metode Pengumpulan Data

Ada beberapa metode yang diperlukan dalam pengumpulan data yaitu:

- a. Observasi yaitu pengumpulan data dengan pengamatan di lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat mengenai subjek

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2008), h.118

¹⁴ *Ibid.* h. 122

penelitian. Bentuk pengamatan yang penulis lakukan adalah secara langsung.

- b. Wawancara yaitu pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan secara langsung kepada responden agar informasi yang diperoleh akurat.
- c. Angket yaitu penulis membuat daftar pertanyaan secara tertulis dengan memberikan jawaban alternatif untuk setiap pertanyaan dan menyebarkan di lapangan.
- d. Dokumentasi yaitu berupa foto-foto kegiatan percetakan undangan.

6. Metode Analisa Data

Data yang di peroleh dalam penelitian ini berasal dari data observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Dalam menganalisa data penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu setelah semua data berhasil penulis kumpulkan, maka penulis menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga dapat tergambar secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya.

7. Metode Penulisan

- a. Metode induktif, yaitu mengumpulkan, menelaah dan meneliti data yang bersifat khusus kemudian diambil pengertiannya secara umum.
- b. Metode deduktif, yaitu mengumpulkan, menelaah dan meneliti data yang bersifat umum kemudian diambil kesimpulan secara khusus.
- c. Metode deskriptif, yaitu dengan menggambarkan secara tepat dan benar masalah yang dibahas sesuai dengan data-data yang diperoleh, kemudian dianalisa dengan menarik kesimpulan.

F. Sistematika Penelitian

Secara garis besarnya, penulisan ini disusun dalam lima bab dan masing-masing bab diuraikan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Dalam Bab Ini Akan Menguraikan Antara Lain Mencakup Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II : Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian

Dalam Bab Ini Penulis Akan Menguraikan Tentang Lokasi Penelitian Yang Berisi Letak Geografis Dan Demografis Kecamatan Sukajadi Pekanbaru, Agama, Pendidikan Dan Mata Pencarian.

BAB III : Tinjauan Teoritis

Dalam Bab ini akan Menguraikan Tentang Pengertian Etika, Pengertian Persaingan, Dalil Tentang Etika Dan Persaingan, Etika Persaingan dalam Ekonomi Islam, Undang-Undang Yang Mengatur Tentang Persaingan Usaha.

BAB IV : Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan

Dalam Bab Ini Penulis Menguraikan Bentuk Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan Di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru,

Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan Di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru dan Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan Di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru

BAB V : Kesimpulan Dan Saran

Dalam Bab Ini Penulis Menguraikan Kesimpulan Dan Saran.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN

A. Letak Geografis Dan Demografis Kecamatan Sukajadi Pekanbaru

1. Kondisi Geografis

Daerah Kecamatan Sukajadi terletak pada bagian barat pusat Kota Pekanbaru dengan luas wilayah 3,76 Km² terdiri dari 7 (tujuh) kelurahan dengan jumlah Penduduk 46.978 jiwa. Kemudian batas-batas wilayah Kecamatan Sukajadi berbatasan dengan 4 (empat) Kecamatan yaitu:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Senapelan
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Marpoyan Damai
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Pekanbaru Kota
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Payung Sekaki

Kecamatan Sukajadi yang dengan luas Wilayah 3,76 Km² terdiri dari 7 (tujuh) kelurahan. Untuk lebih jelasnya mengenai nama dan luas wilayah kelurahan yang ada di Kecamatan Sukajadi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I
Luas Kecamatan Sukajadi Berdasarkan Kelurahan

NO	NAMA KELURAHAN	LUAS WILAYAH (KM ²)	PERSENTASE (%)
1	Kampung Melayu	0.93 Km ²	24.7 %
2	Jadirejo	0.60 Km ²	16 %
3	Kampung Tengah	0.55 Km ²	14.6 %
4	Sukajadi	0.44 Km ²	11.7 %
5	Pulau Karam	0.44 Km ²	11.7 %
6	Kedung Sari	0.41 Km ²	10.9 %
7	Harjosari	0.39 Km ²	10.4 %
Jumlah		3.76 Km²	100 %

Sumber: *Kecamatan Sukajadi*

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa Kampung Melayu memiliki luas wilayah yang cukup luas yaitu 24.7 % dari luas Kecamatan Sukajadi. Selanjutnya kelurahan Jadirejo dengan luas 16 %, Kelurahan Kampung Tengah dengan luas 14.6 %, Kelurahan Sukajadi dengan Kelurahan Pulau Karam sama-sama memiliki luas wilayah yaitu 11.7 %, dan Kelurahan Kedung Sari dengan luas wilayah 10.9 % dan terakhir Harjosari memiliki luas wilayah 10.4 % dari luas Kecamatan Sukajadi.

2. Letak Demografis Kecamatan Sukajadi Pekanbaru

Berdasarkan data dari Kecamatan Sukajadi jumlah penduduk Kecamatan Sukajadi berjumlah 46.978 jiwa. Dengan memiliki berbagai suku, ada suku melayu, jawa, minang, batak, sunda dan etnis lainnya yang hidup berdampingan dengan damai. Masing-masing suku tersebut tidak memiliki perbedaan dalam bermasyarakat dan saling berbaaur satu sama lain.

Tabel berikut ini menunjukkan jumlah penduduk Kecamatan Sukajadi berdasarkan jumlah pada tiap-tiap kelurahan:

Tabel II
Jumlah Penduduk Kecamatan Sukajadi Berdasarkan Kelurahan

NO	KELURAHAN	JENIS KELAMIN		JUMLAH PENDUDUK
		LAKI-LAKI	PEREMPUAN	
1	Jadirejo	2.212	2.293	4.505
2	Kampung Tengah	3.788	4.433	8.221
3	Kampung Melayu	4.352	5.092	9.444
4	Kedungsari	3.560	3.466	7.026
5	Harjosari	2.282	2.353	4.635
6	Sukajadi	3.670	5.543	9.213
7	Pulau Karam	1.949	1.985	3.934
Jumlah		21.813	25.165	46.978

Sumber: *Kecamatan Sukajadi*

Berdasarkan tabel diatas mayoritas penduduk di Kecamatan Sukajadi berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 25.165 jiwa lebih besar dibandingkan dengan jumlah laki-laki yang hanya berjumlah 21.813 jiwa. Kelurahan Kampung Tengah merupakan Kelurahan yang mempunyai jumlah penduduk yang cukup tinggi dibandingkan dengan Kelurahan lainnya.

Tabel berikut ini menunjukkan pendudukan Kecamatan Sukajadi berdasarkan tingkat pendidikan terakhir dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel III
Pendudukan Kecamatan Sukajadi Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

No	Kelurahan	Jumlah Penduduk Menurut Pendidikan									Jumlah Penduduk
		Tdk/Blm Sklh	Blm/Tdk Tmt SD	SD	SLTP	SLTA	D.III	S1	S2	S3	
1	Jadirejo	679	781	647	811	973	446	408	34	0	4.505
2	Kampung Tengah	1.951	829	1.277	1.589	1.408	1.267	701	13	0	8.221
3	Kampung Melayu	1.641	598	1.054	1.855	4.288	84	266	36	4	9.444
4	Kedungsari	938	450	523	1.386	2.792	545	544	71	3	7.026
5	Harjosari	747	738	312	381	1.496	671	841	6	1	4.635
6	Sukajadi	2.918	1.309	888	1.825	1.613	489	526	18	1	9.213
7	Pulau Karam	585	735	533	726	1.003	505	262	48	0	3.934
Jumlah		9.459	5.440	5.234	8.573	13.573	4.007	3.548	226	9	46.978

Sumber: Kecamatan Sukajadi

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan penduduk Kecamatan Sukajadi Pekanbaru yang tidak/ belum sekolah sebanyak 9.459 orang, tidak tamat SD sebanyak 5.440 orang, tamat SD sebanyak 5.234 orang, tamat SLTP sebanyak 8.573 orang, tamat SLTA sebanyak 13.573 orang, tamat DIII sebanyak 4.007 orang, tamat S1 sebanyak 3.548 orang, tamat S2 sebanyak 226 orang dan tamat S3 sebanyak 9 orang.

B. Agama dan Pendidikan

1. Agama

Suasana kehidupan beragama yang penuh dengan kerukunan, baik hubungan intern atau antar umat beragama sangat dibutuhkan masyarakat seperti aman tertib dan tenteram. Warga masyarakat Kecamatan Sukajadi Pekanbaru sangat menjaga hubungan setiap warga sehingga tidak terjadi pertentangan umat beragama. Kesadaran untuk menumbuhkan suasana kehidupan yang tertib aman dan tenteram dalam beragama, maka perlu sekali masyarakat mengembangkan sikap saling menghormati, tenggang rasa dan bekerja sama dalam kehidupan bermasyarakat. Dari data yang didapat, diketahui bahwa masyarakat Kecamatan Sukajadi lebih banyak menganut agama Islam dibandingkan agama lainnya. Untuk mengetahui agama yang dianut masyarakat di Kecamatan Sukajadi secara terperinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV
Agama Penduduk Kecamatan Sukajadi Pekanbaru

NO	AGAMA	JUMLAH
1	Islam	40.530
2	Khatolik	1.633
3	Protestan	2.903
4	Hindu	33
5	Budha	1.780
6	Konghuchu	99
Jumlah		46.978

Sumber: *Kecamatan Sukajadi*

Kecamatan sukajadi Pekanbaru ini terdapat sarana rumah ibadah, untuk melihat lebih jelasnya sarana rumah ibadah masyarakat Kecamatan Sukajadi Pekanbaru dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V
Sarana Tempat Ibadah di Kecamatan Sukajadi

NO	SARANA IBADAH	JUMLAH
1	Mesjid	36
2	Mushala	19
3	Gereja	5
JUMLAH		60

Sumber: *Kecamatan Sukajadi*

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa mesjid berjumlah 36 buah, mushala berjumlah 19 buah dan gereja berjumlah 5 buah. Melihat hal ini dapat dipahami bahwa mayoritas penduduk Kecamatan Sukajadi memeluk agama Islam.

2. Pendidikan

Pendidikan merupakan sarana untuk mencerdaskan kehidupan anak bangsa, oleh sebab itu berhasil atau tidaknya pembangunan di kota ini layak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Sumber daya manusia merupakan salah satu potensi yang sangat esensial dalam pelaksanaan pembangunan. Selain itu, terwujudnya masyarakat yang semakin sejahtera dapat diperoleh melalui tingkat pendidikan. Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor Kecamatan Sukajadi ini pendidikan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel VI
Jumlah Sarana Pendidikan Menurut Tingkatan Pendidikan
di Kecamatan Sukajadi

NO	JENIS PENDIDIKAN	JUMLAH
1	TK	16
2	SD	25
3	SMP	9
4	SMA	3
5	SMK	3
6	PERGURUAN TINGGI	2
7	AKADEMIK	1
JUMLAH		59

Sumber: *Kecamatan Sukajadi*

C. Mata Pencarian

Pertumbuhan penduduk dan pembangunan kota Pekanbaru umumnya dan Kecamatan Sukajadi khususnya berdampak terhadap ekonomi masyarakat, kota Pekanbaru merupakan salah satu kota di Indonesia yang sangat berkembang dimana masyarakat hidup dengan mata pencarian yang beragam. Mata pencarian penduduk di wilayah Kecamatan Sukajadi pada umumnya adalah Wirausaha, pegawai swasta, pegawai negeri dan buruh.

Tabel VII
Mata Pencarian Masyarakat Kecamatan Sukajadi

NO	Jenis Mata Pencarian	Jumlah (Orang)
1	PNS	871
2	TNI	63
3	POLRI	405
4	Karyawan Swasta	3.536
5	Pensiunan	678
6	Buruh	523
7	Tukang	939
8	Petani	5
9	Pedagang	774
10	Usaha Percetakan Undangan	69
11	Transportasi	118
Jumlah		7.981

Sumber: *Kecamatan Sukajadi*

Dari data di atas dapat kita lihat bahwa masyarakat Kecamatan Sukajadi mempunyai pekerjaan yang berbeda-beda. Ada yang bekerja sebagai PNS, TNI, POLRI, karyawan swasta, pensiunan, buruh, tukang, petani, pedagang, usaha percetakan undangan, transportasi. Tetapi antara satu dengan yang lainnya saling membutuhkan, dan salah satunya pekerjaan yang banyak membantu perekonomian masyarakat di Kecamatan Sukajadi adalah usaha percetakan undangan.

BAB III

TINJAUAN UMUM TENTANG ETIKA PERSAINGAN

A. Pengertian Etika

Menurut bahasa (etimologi) istilah etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *ethos* yang berarti adat istiadat (kebiasaan) perasaan batin, kecenderungan hati untuk melakukan perbuatan. Sedangkan menurut istilah (terminologi) para ahli berbeda-beda pendapat mengenai definisi etika yang sesungguhnya.¹ Menurut Ahmad Amin mengartikan etika sebagai ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan manusia, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia didalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang seharusnya diperbuat.

Etika merupakan cabang filsafat yang membahas tentang nilai dan norma. Moral yang mengatur perilaku manusia baik sebagai individu maupun sebagai kelompok dan institusi didalam masyarakat. Oleh karena itu, di samping etika merupakan ilmu yang memberikan pedoman norma tentang bagaimana hidup manusia diatur secara harmonis. Agar tercapai keselarasan dan keserasian dalam kehidupan baik antar sesama manusia maupun antar manusia dengan lingkungan.²

¹ M. Yatimin Abdullah, *Pengantar Studi Etika*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 4

² Budi Untung, *Hukum dan Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2012), Ed.1, h. 61

1. Klasifikasi Etika

Secara umum etika dapat diklasifikasikan menjadi lima, sebagai berikut:

a. Etika Deskriptif

Yaitu etika dimana objek yang dinilai adalah sikap dan perilaku manusia dalam mengejar tujuan hidupnya sebagaimana adanya nilai dan pola perilaku manusia sebagaimana adanya ini tercermin pada situasi dan kondisi yang telah membudaya dimasyarakat secara turun menurun.

b. Etika Normatif

Yaitu sikap dan perilaku manusia dan masyarakat sesuai dengan norma dan moralitas yang ideal. Etika ini secara umum dinilai memenuhi tuntunan dan perkembangan dinamika serta kondisi masyarakat. Ada tuntunan yang menjadi acuan bagi umum atau semua pihak dalam menjalankan perikehidupan.

c. Etika Deotologi

Yaitu etika yang dilaksanakan dengan didorong oleh kewajiban untuk berbuat baik terhadap orang atau pihak lain dari pelaku kehidupan. Bukan dilihat dari akibat dan tujuan yang ditimbulkan oleh sesuatu kegiatan atau aktivitas. Seseuatu aktivitas dilaksanakan karena ingin membuat kebajikan terhadap masyarakat atau pihak lain secara sepihak.

d. Etika Teleologi

Yaitu yang diukur dari apa tujuan yang dicapai oleh pelaku kegiatan aktifitas akan dinilai baik jika bertujuan baik. Artinya sesuatu yang akan dicapai adalah sesuatu yang baik dan mempunyai akibat yang baik.

e. Etika Relatifisme

Yaitu etika yang dipergunakan dimana mengandung perbedaan kepentingan antara kelompok parsial dan kelompok universal atau global. Etika ini hanya berlaku bagi kelompok parsial. Misalnya etika yang sesuai dengan adat istiadat lokal, regional dan konvensi dan lain-lain.³

B. Persaingan

Persaingan merupakan kenyataan hidup dalam dunia bisnis, sifat, bentuk, dan intensitas persaingan yang terjadi dan cara yang ditempuh oleh para pengambil keputusan stratejik untuk menghadapi pada tingkat yang dominan mempengaruhi tingkat keuntungan suatu perusahaan.⁴

1. Identifikasi Pesaing

Untuk mengetahui jumlah dan jenis pesaing serta kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki, perusahaan perlu membuat peta persaingan yang lengkap. Pembuatan peta persaingan yang digunakan untuk melakukan analisis pesaing memerlukan langkah-langkah yang tepat. Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah dengan identifikasi

³ Ibid, 62-63

⁴ Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), h.83-84

seluruh pesaing yang ada. Untuk mempermudah menetapkan langkah selanjutnya, identifikasi pesaing meliputi sebagai berikut:

- a. Jenis produk yang ditawarkan
- b. Melihat besarnya pasar yang dikuasai (*market share*) pesaing.
- c. Identifikasi peluang dan ancaman
- d. Identifikasi keunggulan dan kelemahan.⁵

2. Keunggulan Bersaing

Untuk mencapai keunggulan bersaing, seorang wirausaha harus mampu mengenali berbagai unsur dasar untuk mencapai keunggulan bersaing sebagai berikut:

1. Harga atau nilai

Seorang pengusaha harus mampu menghasilkan produk atau jasa rendah biaya sehingga strategi dalam menetapkan harga (tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan produk atau jasa para pesaing. Jika mampu dapat juga ditambahkan bahwa produk atau jasa memiliki nilai (bernilai) lebih dibandingkan dengan harga pesaing.

2. Menyenangkan konsumen

Keunggulan kedua yang harus diupayakan agar produk atau jasa bersaing dengan para kompetitor adalah diupayakan produk atau jasa dapat menyenangkan konsumen. Menyenangkan dari berbagai aspek seperti kualitas produk atau jasa yang bermutu dan memberikan kepuasan.

⁵ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), Ed. 1, h.260-261

3. Pengalaman Konsumen

Pengalaman baik atau buruk yang kita sampaikan dan yang dialami oleh seorang konsumen, umumnya akan menjadi catatan penting. Untuk memberikan pengalaman yang paling menyenangkan atau memuaskan bagi para pemangku kepentingan, lebih-lebih bagi para konsumen pelanggan, Berikan pengalaman konsumen sebaik mungkin.

4. Atribut produk yang dapat dicatat

Keunggulan berikut yang harus dicapai oleh seorang pengusaha adalah seluruh atribut produk atau jasa yang melekat didalamnya harus dicatat.

5. Keistimewaan layanan yang unik

Jika keempat unsur tersebut telah mencapai posisi unggul, hal yang tidak kalah penting adalah bagaimana keistimewaan layanan yang unik dapat ditampilkan.

3. Tingkatan Persaingan

Kita dapat membedakan empat tingkat persaingan, berdasarkan tingkat substitusi produk:

1. Persaingan merek, yaitu perusahaan dapat melihat pesaingnya sebagai perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa sejenis kepada pelanggan yang sama dengan yang sama.
2. Persaingan industri, yaitu perusahaan dapat memandang pesaingnya dengan lebih luas sebagai semua perusahaan yang membuat produk atau jenis produk yang sama.

3. Persaingan bentuk, yaitu perusahaan dapat memandang pesaingnya dengan lebih luas sebagai semua produk manufaktur perusahaan yang memberikan jasa yang sama.
4. Persaingan umum, yaitu perusahaan dapat memandang pesaingnya dengan lebih luas sebagai semua perusahaan yang bersaing untuk konsumsi rupiah yang sama.⁶

Cara memenangkan persaingan bisnis, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Memenangkan persaingan bisnis melalui kualitas yang tinggi
2. Memenangkan persaingan bisnis melalui pemberian layanan yang baik
3. Memenangkan persaingan bisnis melalui pemberian harga yang rendah
4. Memenangkan persaingan bisnis melalui pangsa pasar yang tinggi
5. Memenangkan persaingan bisnis melalui improvisasi produk
6. Memenangkan persaingan bisnis melalui inovasi produk
7. Memenangkan persaingan bisnis melalui purna jual yang baik
8. Memenangkan persaingan bisnis melalui pembentukan opini publik
9. Memenangkan persaingan bisnis melalui pemberian keringanan pembayaran.⁷

C. Dalil Tentang Etika dan Persaingan

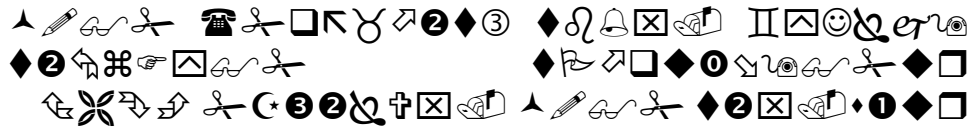
1. Dalil Tentang Etika

Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan masalah etika dalam berbisnis, terdapat pada Al-Qur'an surat Al- Anfal ayat 27:



⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 1999), ed.1, h. 293

⁷ H. Kusnadi, et.,al, *Pengantar Bisnis dan Wirausaha*, (Malang:, 2001), h. 468



Artinya: “*Sesungguhnya Telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah*”.

Dalam hadits telah dijelaskan juga tentang etika dalam berbisnis,

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حَزَامٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ
 يَتَفَرَّقَا, فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا, بُوِيَ رِكَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا, وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَّ بَرَكَتُهُ
 بَيْعُهُمَا

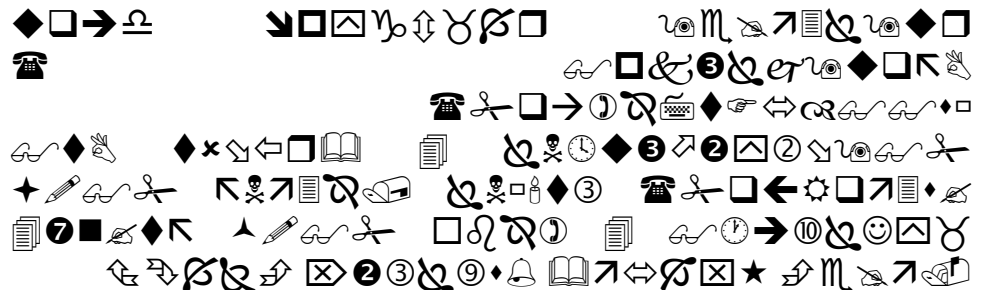
Artinya: *Dari Hakim bin Hizam, dari Nabi SAW, beliau bersabda, “Penjual dan pembeli mempunyai hak untuk memilih (khiyar) selama keduanya belum berpisah. Apabila mereka, penjual dan pembeli tersebut, berlaku jujur dan mau menerangkan (barang yang diperjualbelikan), niscaya mereka akan mendapat berkah dalam jual belinya. Sebaliknya, apabila mereka berbohong dan menutupi-nutupi (apa-apa yang seharusnya diterangkan mengenai barang yang diperjual belikan), niscaya berkah dalam jual beli itu akan dihapus (hilang)”.*(Shahih Muslim hal.5/Juz.10)⁸

Berdasarkan ayat dan hadits diatas maka dengan jelas bahwa Rasulullah SAW merupakan suri teladan yang baik bagi kita dalam menjalani bisnis, kesuksesan berbisnis Rasulullah SAW sangat erat kaitannya dengan praktik bisnis yang sehat dan bersih. Tidak adanya menyinggung riba, jujur, menghormati pesaing dan menepati janji. Berbisnis harus sesuai dengan prinsip syariah berlandaskan iman kepada Allah SWT dan Rasul-Nya.

2. Dalil Tentang Persaingan

⁸ Muhammad Nasruddin Al Albani, *Mukhtashar Shahih Muslim*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), h. 664

Dalam Al-Qur'an juga dijelaskan tentang persaingan, terdapat pada surat Al-baqarah ayat 148:



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

Dalam hadits juga dijelaskan persaingan dalam berbisnis

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ قَالَ : نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya: “Dari Ibnu Abbas, ia berkata: Rasulullah SAW telah melarang untuk melakukan jual beli yang licik (menipu)”.⁹

Berdasarkan ayat dan hadits diatas maka dengan jelas sebagai pebisnis untuk bersegera dan bergegas dalam melakukan kebaikan mendorong manusia untuk saling bersaing dan berlomba-lomba dalam melakukan kebaikan. Sikap ini akan melahirkan persaingan dalam kebaikan. Persaingan ini sering disebut persaingan positif (fastabiqul khairat). Al-Qur'an menganjurkan para pebisnis memberi kebaikan disegala hal Sebagai pebisnis muslim dianjurkan untuk memberikan kontribusi yang baik dalam persaingannya dan berusaha menghadapi persaingan dengan tidak merugikan atau memudharatkan orang lain. Selain itu juga, harus berprinsip bahwa persaingan bukanlah usaha untuk menjatuhkan pebisnis lainnya melainkan sebagai usaha untuk memberikan

⁹ Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Ibnu Majah*,(Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), Cet. ke 1, h. 316

yang terbaik dari bisnisnya. Dengan berprinsip demikian para pesaing tidak menjadikan dirinya serakah, dengan berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan duniawi sebanyak-banyaknya. Karena sikap demikian akan menjadikan manusia lalai dan lengah.

D. Etika Persaingan dalam Ekonomi Islam

Pada dasarnya Islam tetap memiliki prinsip kebebasan dalam melakukan kegiatan muamalah (perekonomian) termasuk didalamnya kegiatan persaingan. Dalam bersaing dibutuhkan etika atau norma-norma yang berlaku di masyarakat bisnis, sehingga persaingan yang terjadi sesuai dengan syariat Islam. Dalam menjalankan perdagangan diperbolehkan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan tetapi keberkahan.

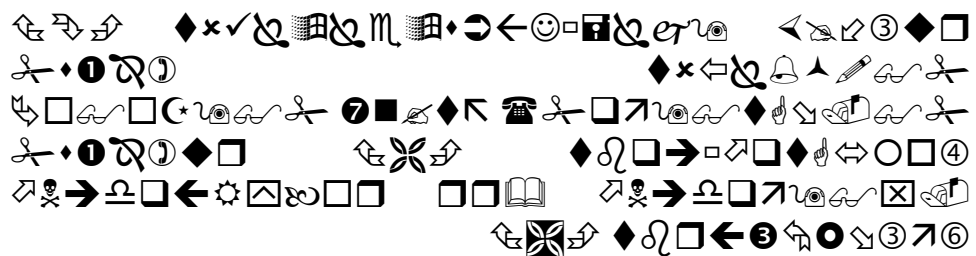
Islam mendorong manusia untuk berlomba-lomba dalam hal ketakwaan dan kebaikan. Demikian pula dalam hal muamalah atau ekonomi, manusia didorong untuk saling berlomba dan bersaing, namun tidak saling merugikan. Dalam suatu sunnah, dijelaskan bahwa Allah sendirilah yang menetapkan harga dan manusia dilarang menetapkan harga secara sepihak. Islam memberikan kesempatan antara penjual dan pembeli untuk tawar-menawar serta melarang dilakukannya monopoli ataupun bentuk perdagangan yang berpotensi merugikan pihak lain.¹⁰

¹⁰ P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), ed. 1, h.68-69

Dalam ajaran Islam, setiap muslim yang ingin berbisnis maka dianjurkan untuk selalu melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Melakukan persaingan yang sehat.

Baik itu dalam bentuk tidak diperbolehkan menawar barang yang sedang ditawarkan oleh orang lain, tidak diperbolehkan membeli barang pedagang yang dari kampung yang belum tahu harga pasar, Tidak diperbolehkan pura-pura menawar barang dengan harga tinggi untuk mengelabui pembeli yang lain. Hal ini berpedoman pada firman Allah SAW dalam surat Al Muthafifin ayat 1-3:

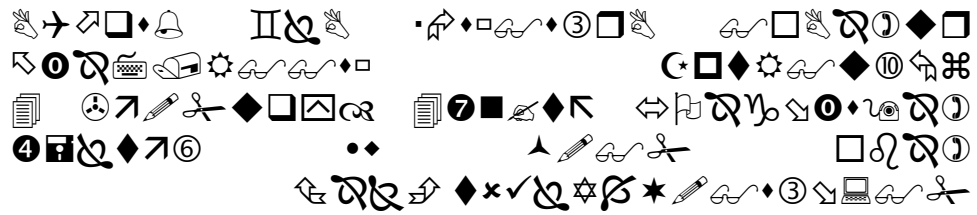


Artinya: ”Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakarakan dan menimbang), (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”.

2. Kejujuran

Sebagian dari makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya. Dalam jual beli di

diperlukan adanya kejujuran.¹¹ Ketika kita memiliki sifat jujur, maka orang lain akan menaruh kepercayaan pada kita dan dia tidak perlu terlalu khawatir berbisnis dengan kita. Banyak sekali orang yang berhasil dalam dunia bisnis karena sifat jujur yang mereka miliki. Hal ini berpedoman pada surat Al-Anfal: 58,



Artinya: *“Dan jika kamu khawatir akan (terjadinya) pengkhianatan dari suatu golongan, Maka kembalikanlah perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat”.*

3. Keterbukaan.

Pada zaman sekarang ini, ketika manusia yang satu dengan manusia yang lain sulit sekali saling percaya, apalagi dalam masalah yang berkaitan dengan keuangan, maka setiap usaha yang ingin menjalin kerjasama dituntut untuk terbuka. Terbuka dalam arti bahwa memiliki laporan keuangan yang jelas atas usaha yang dimiliki dimana laporan keuangan tersebut bisa diaudit oleh pihak-pihak terkait. Dan sifat terbuka inilah yang merupakan salah satu kunci sukses keberhasilan. Hal ini berpedoman pada surat Al-Ahzab : 70,



¹¹ Yahya Hastuti, *9 Kunci Bisnis Rasulullah SAW & Khadijah RA*, (Jakarta: PT. GramediaPustaka Utama, 2012), h. 17

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”.

4. Keadilan

Salah satu bentuk sederhana dalam berbisnis yang berkaitan dengan keadilan adalah tidak menambah atau mengurangi berat timbangan dalam jual-beli.¹² Hal ini berpedoman pada surat Al-Isra : 35,



Artinya : “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanganlah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.

Dalam konsep Ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasakan terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.

Konsep persaingan bisnis secara syariah adalah persaingan yang menganjurkan para pebisnis untuk bersaing secara positif dengan memberikan kontribusi yang baik dari bisnisnya bukan untuk menjatuhkan pebisnis lainnya dan mengajurkan pebisnis untuk tidak merugikan dan mudharatkan pebisnis lainnya. Ada beberapa persaingan bisnis yang dilarang dalam Islam, yaitu sebagai berikut:

1. Melakukan penipuan

¹² file:///D:/_PDV/_Etika_/etika-persaingan-bisnis-dalam.htm . Tanggal 05 Juni 2013, Pukul, 20.11.

Penipuan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya yaitu penipuan harga dari sebuah produk sebenarnya dengan maksud mengelabui pembeli dan penipuan dari penyerahan barang yaitu tidak menepati janjinya.¹³

2. Menggunakan combe

Combe merupakan kawan dari penjual agar berpura-pura melakukan penawaran dengan harga tinggi sehingga orang lain tertarik untuk menawarnya.

3. Pemberian harga di atas harga pasar

Pemberian harga di atas harga pasar akan menimbulkan distrosi bagi perekonomian, hal ini menyebabkan terjadinya kelebihan penawaran, kelebihan ini kemungkinan besar tidak akan diserap oleh konsumen di sebabkan harga terlalu tinggi. Para pengusaha yang memberikan harga di atas harga pasar dikarenakan ketidaktahuan konsumen dengan harga sebenarnya.

4. Pemberian harga di bawah harga pasar

Pemberian harga di bawah harga pasar akan menimbulkan distrosi bagi perekonomian, hal ini akan menyebabkan banyaknya permintaan sebab konsumen membeli harga lebih murah dari yang seharusnya. Untuk mendapatkan konsumen yang banyak maka para pengusaha rela memberikan harga dibawah harga pasar.

5. Tas'ir (Penetapan Harga)

¹³ Muhammad Sulaiman dan Aizuddinnur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul*, (Jakarta: PT. Mizan Publika, 2010), h. 362

Tas'ir yaitu penetapan harga standar pasar yang ditetapkan oleh pemerintah atau yang berwenang, untuk disosialisasikan secara paksa kepada masyarakat dalam jual beli. Tas'ir merupakan salah satu praktik yang tidak dibolehkan oleh syariat Islam, pemerintah atau yang memiliki otoritas ekonomi tidak memiliki hak dan wewenang untuk menentukan harga tetap sebuah komoditas, kecuali pemerintah telah menyediakan pada para pedagang jumlah yang cukup untuk dijual dengan menggunakan hargayang ditentukan, atau melihat dan mendapatkan keadilan-keadilan di dalam sebuah pasar yang mengakibatkan rusaknya mekanisme pasar yang sehat.¹⁴

E. Undang-Undang yang Mengatur Tentang Persaingan Usaha

Menurut ketentuan Undang-Undang yang dimaksud No. 5 Tahun 1999 tentang larangan Praktik monopoli dan persaingan tidak sehat secara garis besar mengatur dua hal, yakni larangan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat. Keduanya, praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat adalah hal yang berbeda.¹⁵

Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh salah satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum sedangkan persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antara pelaku usaha

¹⁴ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, (Jakarta:Kencana, 2012), Ed 1, h.15

¹⁵ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h.7

dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.¹⁶

Tujuan hukum persaingan usaha di Indonesia melalui UU No.5 Tahun 1999, yaitu sebagai berikut:

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
2. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui peraturan persaingan usaha yang sehat, sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil.
3. Mencegah praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang menimbulkan pelaku usaha dan
4. Terciptanya efektivitas dalam kegiatan usaha.¹⁷

Dalam hukum persaingan usaha terdapat kata “monopoli” dan “praktek monopoli”. Menurut undang-undang, monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku atau satu kelompok pelaku usaha. Adapun praktik monopoli adalah pemusatan kekuasaan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum. Sedangkan persaingan usaha tidak sehat

¹⁶ Seri Kumpulan Peraturan dan Putusan, *Persaingan Usaha*, (Jakarta: Dian Rakyat, 2003), h. 14-15

¹⁷ *Ibid.*, h. 20-21

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 atau menghambat persaingan usaha.¹⁸

Dalam literatur, monopoli dilarang karena mengandung beberapa efek negatif yang merugikan diantara lain:

1. Terjadi peningkatan harga suatu produk sebagai akibat tidak adanya kompetisi dan persaingan yang bebas. Harga yang tinggi ini pada gilirannya akan menyebabkan inflasi yang merugikan masyarakat luas.
2. Adanya keuntungan (profit) di atas kewajaran yang normal. Pelaku usaha akan seenaknya menetapkan harga untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya karena konsumen tidak ada pilihan lain dan terpaksa membeli produk tersebut.
3. Terjadi eksploitasi terhadap konsumen karena tidak adanya hak pilih konsumen atas produk. Produsen akan seenaknya menetapkan kualitas suatu produk tanpa dikaitkan dengan biaya yang dikeluarkan. Eksploitasi ini juga akan menimpa karyawan dan buruh yang bekerja pada produsen tersebut dengan menetapkan gaji dan upah yang sewenang-wenang tanpa memperhatikan ketentuan yang berlaku.
4. Terjadi ketidakekonomian dan ketidakefisienan yang akan dibebankan kepada konsumen dalam menghasilkan suatu produk karena perusahaan monopoli cenderung tidak beroperasi pada average cost yang minimum.

¹⁸ Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2008), ed. 1, h. 160-161

5. Adanya entry barrier dimana perusahaan lain tidak dapat masuk ke dalam bidang usaha perusahaan monopoli tersebut karena penguasaan pangsa pasarnya yang besar. Perusahaan-perusahaan kecil tidak diberi kesempatan untuk tumbuh berkembang dan akan menemui ajalnya satu persatu.
6. Pendapatan menjadi tidak merata karena sumber dana dan modal akan tersedot ke dalam perusahaan monopoli. Masyarakat banyak harus berbagi dengan banyak orang bagian yang sangat kecil, sementara perusahaan monopoli dengan sedikit orang akan menikmati bagian yang lebih besar.¹⁹

¹⁹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Seri Hukum Bisnis: Anti Monopoli*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), Ed. 1, h. 30

BAB IV

ETIKA PERSAINGAN PADA PERCETAKAN UNDANGAN DI KECAMATAN SUKAJADI PEKANBARU

A. Bentuk Persaingan Pada Percetakan Undangan Di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru

Perdagangan adalah salah satu usaha yang dilakukan sebagai besar masyarakat Kecamatan Sukajadi diantaranya pecetakan undangan. Munculnya percetakan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru mulai tahun 1986an, dimana Kecamatan Sukajadi masih memiliki jumlah penduduk yang sangat sedikit. Karena kemajuan zaman, perkembangan percetakan semakin maju dan modern.¹ Banyaknya masyarakat di Kecamatan Sukajadi yang membuka usaha percetakan undangan yang saling bersaing untuk mendapatkan konsumen, para pengusaha bersama-sama menetapkan harga undangan yang dicetak. Berbagai macam undangan yang bisa dipesan konsumen mulai dari undangan pernikahan, aqiqah, sunatan, dan lain sebagainya. Kecamatan Sukajadi merupakan central percetakan undangan terbesar di Propinsi Riau. Pemesanan undangan bukan hanya dari daerah Pekanbaru sendiri tapi diluar daerah Pekanbaru.² Hal ini yang membangkitkan semangat masyarakat membuka usaha percetakan undangan karena prospek usaha percetakan undangan ini sangat bagus.

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada Bab ini akan diuraikan secara realistis dan logis hasil dari penelitian yang telah penulis lakukan. Lokasi

¹ Reni (Pengusaha Percetakan Undangan Alter Reklame Jl. KH. Ahmad Dahlan Sukajadi Pekanbaru), *wawancara*, tanggal 24 Mei 2013

² Hatta (Pengusaha Percetakan Undangan Tata Undangan Jl. KH. Ahmad Dahlan Sukajadi Pekanbaru), *wawancara*, tanggal 24 Mei 2013

penelitian ini berada di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Adapun populasi ini diambil pada percetakan undangan yang berada di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Populasi berjumlah 69 unit usaha percetakan undangan, diambil sampel 21 unit usaha percetakan undangan dan 10 konsumen. Dimana ditetapkan 31 orang responden. Berdasarkan observasi penulis, ada terdapat beberapa daftar nama percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru sebagai berikut:

Tabel VIII
Nama Percetakan Undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru

NO	NAMA PERCETAKAN	ALAMAT
1	Mugusi Undangan	Jl. KH. Ahmad Dahlan No.40
2	Cahaya Undangan	Jl. KH. Ahmad Dahlan No.53
3	Rumah Cetak	Jl. KH. Ahmad Dahlan No.30
4	Percetakan Tangkas	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 65
5	Kerispati Undangan	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 69
6	Visi Undangan	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 67
7	Ibra Undangan	Jl. KH. Ahmad Dahlan No 54
8	Nuansa Undangan	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 11
9	Percetakan Citra Reni	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 80
10	Tata Undangan	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 64
11	Alter Reklame	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 19
12	Lia Printing	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 70
13	Aneka Undangan	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 34
14	Bima Grafika	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 25
15	Faris Grafika	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 30
16	Cakrawala Undangan	Jl. KH. Ahmad Dahlan No.32
17	Golden Card	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 45
18	Sanggar Undangan	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 57
19	Brilliant	Jl. KH. Ahmad Dahlan No.67b
20	Percetakan Yaman	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 39
21	Percetakan Ceria	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 28

Pada dasarnya setiap manusia pasti memiliki berbagai kebutuhan untuk tetap dapat menjalankan kehidupannya. Kebutuhan manusia dapat dipenuhi melalui berbagai barang atau jasa. Dalam era modern sekarang ini setiap manusia tidak lagi memenuhi kebutuhannya dengan cara memproduksi atau menghasilkan sendiri semua barang-barang atau jasa yang dibutuhkan, manusia satu sama lain melakukan berbagai aktifitas salah satunya bisnis.³

Merebut bisnis dari para pesaing adalah suatu cara untuk mencapai pertumbuhan. Namun, situasi ini dapat menciptakan problem bagi seluruh industri. Umumnya para pesaing akan bereaksi cepat, jika mereka kehilangan bisnis maka hal ini akan menciptakan suatu situasi tidak stabil.⁴

Setiap bisnis yang ingin maju selalu berusaha dengan berbagai cara bagaimana barang atau jasa yang dihasilkan oleh pengusaha percetakan undangan dapat dijual dan diterima oleh konsumen dengan baik dan puas, baik dari segi harga, kualitas, maupun dari segi pelayanan yang diberikan oleh pengusaha percetakan undangan dalam melayani konsumennya.

Ketatnya persaingan percetakan undangan yang ada di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru khususnya yang berada di jalan KH. Ahmad Dahlan, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

³ Irma Nilasari dan Sri Wiludjeng, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), Ed. 1, h.1-2

⁴ Geoffrey G. Meredith, *Kewirausahaan Teori dan Praktek*, (Jakarta: PPM, 2002), cet. 7, h. 246

1. Tanggapan Pengusaha Percetakan Undangan

Tabel IX
Bentuk Persaingan Percetakan Undangan di Kecamatan
Sukajadi Pekanbaru

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH USAHA	PERSENTASE (%)
1	Persaingan Harga	12	57,14
2	Persaingan Produk	0	0
3	Persaingan Pelayanan	9	42,86
Jumlah		21	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pengusaha percetakan undangan sebagian besar mengatakan persaingan yang terjadi yaitu persaingan harga, hal ini terbukti dari 21 unit usaha 12 atau 57,14 % diantaranya mengatakan persaingan yang terjadi persaingan harga.

Seiring ketatnya persaingan, persaingan yang terjadi yaitu persaingan harga, pengusaha percetakan undangan memberikan harga yang sama kepada konsumen, agar undangan yang mereka jual dapat terjual oleh karena itu sebagian pengusaha percetakan undangan memberikan harga dibawah harga yang telah ditetapkan, pemberian harga dibawah harga yang ditetapkan tidak banyak mendapatkan keuntungan hanya saja pengusaha berupaya untuk menarik hati konsumen untuk tetap berlangganan, baik konsumen lama maupun konsumen baru. Strategi pengusaha untuk meningkatkan konsumen dengan cara meningkatkan kualitas produk dan memberikan pelayanan yang cukup memuaskan konsumen.⁵

⁵ Agus, (Pengusaha Percetakan Undangan Nuansa Undangan Jl. KH. Ahmad Dahlan Sukajadi Pekanbaru), *Wawancara*, tanggal 14 Juni 2013

Tabel X
Persaingan Pada Percetakan Undangan di Kecamatan
Sukajadi Pekanbaru

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH USAHA	PERSENTASE (%)
1	Sangat Ketat	16	76,2
2	Kurang	3	14,28
3	Tidak Ketat	2	9,52
Jumlah		21	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pengusaha percetakan undangan sebgaiian besar mengatakan bahwa persaingan pada percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru sangat ketat, hal ini terbukti dari 21 unit usaha 16 atau 76,2% diantaranya mengatakan bahwa persaingan percetakan undangan di kecamatan Sukajadi Pekanbaru sangat ketat.

Banyaknya pengusaha percetakan undangan memberikan pengaruh yang cukup besar bagi perkembangan usaha percetakan undangan selanjutnya. Persaingan yang sangat ketat menuntut para pengusaha untuk lebih jeli lagi dalam mempromosikan produknya dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas, jika mereka tidak mampu untuk bersaing maka tidak kemungkinan usaha yang dijalankan akan berhenti karena lemahnya pertahanan dalam menghadapi pesaing. Untuk itu pengusaha harus mempunyai cara tersendiri dalam mendapatkan konsumen dan menciptakan hasil kerja yang bagus dan menarik hati konsumen.⁶

⁶ Abrar, (Pengusaha Percetakan Mugusi Grafika Jl. KH. Ahmad Dahlan Sukajadi Pekanbaru), *Wawancara*, tanggal 22 Mei 2013.

Tabel XI
Keberadaan Percetakan Undangan Di Kecamatan Sukajadi
Pekanbaru Yang Berdekatan Dapat Mengganggu
Percetakan Undangan Lainnya

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH USAHA	PERSENTASE (%)
1	Sangat Mengganggu	0	0
2	Sedikit Mengganggu	5	23,8
3	Tidak Mengganggu	16	76,2
Jumlah		21	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pengusaha percetakan undangan sebagian besar mengatakan bahwa keberadaan pesaing yang berdekatan tidak mengganggu, hal ini terbukti dari 21 unit usaha 16 atau 76,2% diantaranya mengatakan bahwa adanya percetakan undangan yang berdekatan tidak mengganggu.

Keberadaan usaha pesaing dirasakan sangat memberikan pengaruh, usaha yang merasa tidak terganggu dikarenakan tempat usaha mereka memang sedikit berjauhan dengan yang lainnya, dan mereka yang merasakan keberadaan pesaing yang sedikit mengganggu dikarenakan tempat usahanya saling berdekatan antar percetakan undangan.

Tabel XII
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk Pada Percetakan
Undangan di Kecamatan Sukajadi

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH USAHA	PERSENTASE (%)
1	Sesuai	21	100
2	Kurang Sesuai	0	0
3	Tidak Sesuai	0	0
Jumlah		21	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pengusaha percetakan undangan sebagian besar mengatakan bahwa harga yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, hal ini terbukti dari seluruh unit usaha yaitu 21 unit usaha mengatakan bahwa harga yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

Harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang diperjual belikan ditentukan oleh permintaan dan penawaran barang, pemberian harga sesuai dengan kualitas produk ini sangat perlu diperhatikan karena ini juga memberikan pengaruh terhadap pendapatan usaha percetakan undangan.

Tabel XIII
Pemberian Harga di Bawah Harga Yang di Tetapkan Percetakan
Undangan di Kecamatan Sukajadi

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH USAHA	PERSENTASE (%)
1	Pernah	10	47,6
2	Kadang-Kadang	8	38,1
3	Tidak Pernah	3	14,3
Jumlah		21	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pengusaha percetakan undangan sebagian besar mengatakan bahwa pernah memberikan harga dibawah harga yang telah ditetapkan, hal ini terbukti dari 21 unit usaha 10 atau 47,6 % diantaranya mengatakan bahwa pernah memberikan harga dibawah harga yang telah ditetapkan.

Penetapan harga dilakukan oleh seluruh pengusaha dengan mengadakan perkumpulan dan bermusyawarah untuk menetapkan harga, agar

tidak terjadinya persaingan yang tidak diinginkan.⁷ Tetapi sekarang pemberian harga dibawah harga yang telah ditetapkan ini salah satu hal yang dilakukan pengusaha untuk mendapatkan konsumen, sebelum terjadinya tawar-menawar pengusaha memberikan kejelasan kepada konsumen tentang kualitas produk yang digunakan. Pemberian harga dibawah harga ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang digunakan dan harga undangan yang diberikan, ketatnya persaingan maka sebagian pengusaha berani memberikan harga dibawah harga yang ditetapkan. Salah satu percetakan undangan pada toko aneka undangan yang berani memberikan harga dibawah harga yang telah ditetapkan berupaya untuk mementingkan bagaimana konsumen banyak memesan undangan kepada mereka bukan berarti pengusaha tidak menginginkan keuntungan tapi bagaimana supaya konsumen banyak yang memesan undangan keuntungan yang didapat tidak besar, berbeda dengan percetakan undangan pada toko citra reni yang tidak bisa memberikan harga dibawah harga yang tetapkan karena pengusaha menginginkan keuntungan, setiap harga yang diberikan tidak bisa kurang lagi dari harga sebenarnya. bukan berarti pengusaha tidak menginginkan banyak konsumen akan tetapi pengusaha tersebut mementingkan keuntungan.

Keuntungan yang didapat pengusaha percetakan undangan sekali konsumen mencetak undangan minimal 30% dan yang paling tinggi 50%⁸keuntungan yang didapat tergantung berapa banyaknya konsumen yang

⁷ Nopi, (Pengusaha Percetakan Undangan Visi Undangan Jl. KH. Ahmad Dahlan Sukajadi Pekanbaru), *Wawancara*, tanggal 14 Juni 2013

⁸ Novri, (Pengusaha Percetakan Undangan Ceria Jl. KH.Ahmad Dahlan Sukajadi Pekanbaru), *Wawancara*, tanggal 24 mei 2013.

memesan undangan perharinya. Harga undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru kisaran antara Rp. 1.000 sampai Rp. 30.000 bahkan lebih dari itu, tergantung model undangan yang dipesan, tidak banyak keuntungan yang didapatkan pengusaha, menurut pengusaha bagaimana konsumen tertarik untuk banyak memesan undangan kepada mereka.⁹

Dalam berbisnis, persaingan masih sering terjadi dalam menarik konsumen, ada beberapa persaingan yang terjadi yaitu sebagai berikut:

a. Persaingan harga

Harga merupakan nilai tukar suatu barang atau jasa dengan satuan uang yang disepakati bersama antara penjual atau pembeli.¹⁰ Perusahaan usaha berdampak pada harga produk yang wajar karena inilah yang diinginkan konsumen, konsumen memperhatikan harga karena harga yang rasional untuk produk yang mereka inginkan akan membuat mereka loyal terhadap perusahaan anda.

b. Persaingan produk

Produk usaha bisnis yang dipersaingkan baik barang maupun jasa harus halal dan harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan.

c. Persaingan pelayanan

Persaingan usaha dapat menguntungkan konsumen dalam mendapatkan kualitas pelayanan yang lebih baik, perusahaan tidak dapat

⁹ Yudi, (Pengusaha Percetakan Undangan Lia Printing Jl. KH. Ahmad Dahlan Sukajadi Pekanbaru), *Wawancara*, tanggal 14 juni 2013

¹⁰ Sudarsono, *Pengantar Ekonomi Perusahaan: Buku Panduan Mahasiswa*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1991), h.224

mengalahkan pesaing hanya karena harga tapi pelayanan berkualitas juga merupakan fokus utama dalam mempertahankan pelanggan.

B. Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan Di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru

Pada dasarnya etika dapat didefinisikan sebagai prinsip-prinsip moral dalam hidup manusia yang akan menentukan tingkah laku yang benar harus dijalankan, dan tingkah laku yang salah yang harus dihindari.¹¹ Dalam bersaing etika sangat diperlukan karena untuk dapat menghadapi persaingan dan terus beroperasi, perusahaan harus selalu memperhatikan kedudukan barang yang dipromosikannya. Barang yang ada harus diperbaiki mutunya, dan sifatnya yang perlu diubah sesuai dengan perkembangan cita rasa konsumen. Yang lebih penting bagian pemasaran harus memikirkan jenis barang baru yang perlu diciptakan yang sesuai dengan perkembangan teknologi, perubahan keinginan konsumen, perubahan kegiatan ekonomi dan peningkatan pendapatan.

Tabel XIV
Pemberitahuan Kualitas Produk Kepada Konsumen Pada
Percetakan Undangan di Kecamatan Sukajadi

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH USAHA	PERSENTASE (%)
1	Iya	18	85,7
2	Kadang-Kadang	2	9,53
3	Tidak	1	4,77
Jumlah		21	100

¹¹ Sadono Sukirno, et.,al, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), Ed.1, h. 325

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pengusaha percetakan undangan sebagian besar mengatakan bahwa memberitahu kepada konsumen kualitas produk, hal ini terbukti dari 21 unit usaha 18 atau 85,7 % diantaranya mengatakan bahwa memberitahu kepada konsumen kualitas produk.

Memberitahu tentang kualitas produk yang ditawarkan, ini merupakan keterbukaan pengusaha kepada konsumen sehingga konsumen tidak merasa tertipu dengan kualitas undangan yang mereka pesan.

Pengusaha bukan hanya memberitahu kualitas produk kepada konsumen tetapi pengusaha juga sabar dalam menghadapi konsumen yang berlebihan dalam melakukan tawar menawar.

Tabel XV
Sikap Pengusaha Percetakan Undangan Dalam Melayani Konsumen Yang Banyak Tawar Menawar Yang Berlebihan

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH USAHA	PERSENTASE (%)
1	Sabar	17	81
2	Kurang Sabar	4	19
3	Tidak Sabar	0	0
Jumlah		21	100

Sumber: Data Olahan 2013

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sikap pengusaha percetakan undangan dalam melayani konsumen. Pengusaha sebagian besar sabar, hal ini terbukti dari 21 unit usaha 17 atau 81% diantaranya mengatakan bahwa pengusaha percetakan undangan sabar dalam melayani konsumen yang melakukan tawar menawar yang berlebihan.

Sebelum membeli, hal yang dilakukan konsumen yaitu tawar menawar adakalanya konsumen melakukan tawar menawar yang berlebihan kepada pengusaha dengan harga dibawah harga yang ditetapkan terkadang pengusaha tidak bisa memberikan harga dibawah harga yang telah ditetapkan. Sebagian pengusaha sabar dalam melayani konsumen yang melakukan tawar menawar yang berlebihan. Ada juga pengusaha yang tidak sabar menghadapi konsumen yang melakukan hal ini karena konsumen terlalu banyak permintaan sementara pengusaha telah berusaha memberikan penjelasan kepada konsumen.

Konsumen yang memesan undangan banyak maka pengusaha percetakan undangan tidak ragu-ragu untuk memberikan bonus kepada konsumen, ini merupakan upaya yang dilakukan pengusaha untuk menarik hati konsumen. terlihat pada tabel dibawah ini bahwa setiap pengusaha percetakan undangan memberikan konsumen bonus.

Tabel XVI
Pengusaha Percetakan Undangan Di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru
Yang Memberikan Bonus Kepada Konsumen

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH USAHA	PERSENTASE (%)
1	Pernah	21	100
2	Tidak Pernah	0	0
Jumlah		21	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pengusaha percetakan undangan sebagian besar mengatakan bahwa seluruh percetakan undangan

memberikan bonus kepada konsumen, hal ini terbukti 21 unit usaha atau 100% bahwasanya pengusaha memberikan bonus kepada konsumen.

Pemberian bonus kepada konsumen tergantung pada berapa banyak undangan yang dipesan dan harga undangan yang konsumen inginkan. Bonus yang diberikan pengusaha kepada konsumen ada yang berupa benner, buku tamu, kartu ucapan terima kasih, lebel nama, tambahan undangan, plastik undangan. tidak semua bonus harus diberikan kepada konsumen. tergantung berapa banyak undangan yang dipesan dan harga. Hasil wawancara kepada salah satu pengusaha percetakan undangan yaitu Fatiya yang mengatakan konsumen yang memesan undangan 500 buah undangan akan mendapatkan buku tamu,¹² ada juga pengusaha yang mengatakan apabila konsumen memesan undangan diatas 500 buah undangan mendapatkan benner dari pengusaha.¹³

Pengusaha berusaha semaksimal mungkin untuk mengerjakan pesanan konsumen sesuai permintaan, begitu juga dalam penyerahan pesanan konsumen sebagian besar pengusaha menyatakan bahwa mereka selalu tepat waktu hal ini terlihat pada tabel.

¹² Fatiya, (Pengusaha Percetakan Undangan Kerispatih Di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru), *Wawancara*, tanggal 13 Juni 2013

¹³ Anton, (Pengusaha Percetakan Undangan Aneka Undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru), *Wawancara*, tanggal 14 Juni 2013

Tabel XVII
Pengusaha Percetakan Undangan Di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru
Yang Menepati Janji Kepada Konsumen.

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH USAHA	PERSENTASE (%)
1	Iya	21	100
2	Tidak	0	0
Jumlah		21	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pengusaha percetakan undangan sebgaiian besar mengatakan bahwa pengusaha menepati janji kepada konsumen, hal ini terbukti dari seluruh unit usaha yaitu 21 unit usaha mengatakan bahwa pengusaha menepati janji kepada konsumen.

Untuk memenuhi janji konsumen dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal pengusaha harus mempunyai karyawan dalam melakukan pekerjaan karena adanya karyawan dapat membantu pekerjaan yang banyak dan tidak terlalainya pengusaha dalam mengerjakan pesanan konsumen.

Tabel XVIII
Jumlah Karyawan Percetakan Undangan
di Kecamatan Sukajadi

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH USAHA	PERSENTASE (%)
1	1-4 Orang	13	61,9
2	5-8 Orang	5	23,8
3	Tidak Ada	3	14,3
Jumlah		21	100

Sumber: Data Olahan 2013

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah karyawan percetakan undangan 1-4 orang. Dimana percetakan undangan yang paling banyak jumlah percetakan undangan sebanyak 13 unit usaha dengan jumlah karyawan 1-4 orang, dan 5 unit usaha dengan 5-8 orang kemudian 3 unit usaha yang tidak memiliki karyawan.

2. Tanggapan Konsumen Terhadap Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan

1. Pengusaha Percetakan Undangan Yang Memberi Harga Dengan Kualitas Barang

Tabel XIX
Tanggapan Konsumen Terhadap Harga
Dengan Kualitas Barang

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE (%)
1	Sesuai	19	100
2	Kurang sesuai	0	0
3	Tidak sesuai	0	0
Jumlah		19	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru sebagian besar mengatakan pengusaha percetakan undangan memberikan harga sesuai dengan kualitas undangan yang dicetak, hal ini terbukti seluruh konsumen mengatakan pengusaha percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru memberi harga sesuai dengan kualitas undangan yang dicetak.

2. Kepuasan Konsumen Terhadap Hasil Kerja Percetakan Undangan di Kecamatan Sukajadi.

Tabel XX
Tanggapan Konsumen Tentang Kepuasan Konsumen Terhadap Hasil Kerja Percetakan Undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE (%)
1	Puas	12	63,2
2	Kurang Puas	7	36,8
3	Tidak Puas	0	0
Jumlah		19	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru sebagian besar mengatakan pengusaha percetakan undangan mengatakan puas karena hasil kerja pada percetakan undangan memuaskan konsumen, hal ini terbukti dari 19 konsumen 12 atau 63,2% diantaranya mengatakan pengusaha mengatakan hasil kerja pada percetakan undangan memuaskan.

Kepuasan konsumen dengan hasil undangan yang dibuat pengusaha percet akan undangan dalam mendesain undangan, ada sebagian konsumen yang merasa puas dengan hasil undangan karena undangan yang di desain mulai dari nama, foto dan lain sebagainya dikerjakan sesuai dengan permintaan konsumen sedangkan konsumen yang kurang puas dengan hasil undangan dikarenakan adanya

kesalahandari pengusaha dalam membuat tulisan nama dan denah alamat rumah dan lain sebagainya di kerjakan tidak sesuai permintaan, ini diakibatkan kelalaian pengusaha dalam mendesain undangan.

Apabila ada kesalahan yang dilakukan oleh pengusaha maka pengusaha bertanggung jawab untuk mengganti undangan yang dicetak tersebut, karena undangan yang dipesan ada kesalahan dari pengusaha sendiri yang lalai dalam mendesain undangan tersebut.

3. Undangan yang di pesan konsumen kepada pengusaha sesuai dengan permintaan.

Tabel XXI
Tanggapan Konsumen Tentang Undangan yang di pesan konsumen kepada pengusaha sesuai dengan permintaan

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE (%)
1	Puas	6	60
2	Kurang puas	4	40
3	Tidak puas	0	0
Jumlah		10	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru sebagian besar mengatakan pengusaha percetakan undangan mengatakan puas karena hasil kerja pada percetakan undangan memuaskan konsumen, hal ini terbukti dari 10 konsumen 6 atau 60% diantaranya, mengatakan hasil kerja pada percetakan undangan memuaskan.

4. Kesabaran Pengusaha Percetakan Undangan Dalam Melayani Konsumen

Tabel XXII
Tanggapan Konsumen Tentang Kesabaran Pengusaha Dalam Melayani Konsumen

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE (%)
1	Sabar	10	52,6
2	Kurang Sabar	9	47,4
3	Tidak Sabar	0	0
Jumlah		10	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru, sebagian besar yang mengatakan pengusaha sabar dalam melayani konsumen, hal ini terbukti dari 19 konsumen 10 atau 52,6% diantaranya mengatakan pengusaha percetakan undangan sabar dalam melayani konsumen.

5. Pengusaha Percetakan Undangan Ramah dan Sopan Dalam Melayani Konsumen.

Tabel XXIII
Tanggapan Konsumen Tentang Keramahan dan Kesopanan Pengusaha Dalam Melayani Konsumen

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE (%)
1	Iya	15	79
2	Kadang-kadang	4	21,0
3	Tidak pernah	0	0
Jumlah		19	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru sebagian besar mengatakan pengusaha ramah dan sopan dalam melayani konsumen, hal ini terbukti dari 19 konsumen 15 atau 79% diantaranya, mengatakan pengusaha ramah dan sopan dalam melayani konsumen.

6. Pengusaha Percetakan Undangan yang menepati janji kepada Konsumen

Tabel XXIV
Tanggapan Konsumen Tentang Pengusaha Yang Menepati Janji Terhadap Konsumen

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH ORANG	PERSENTASE (%)
1	Iya	9	47,4
2	Tidak	10	52,6
Jumlah		19	100

Sumber: Data Olahan 2013

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru sebagian besar mengatakan pengusaha percetakan undangan tidak menepati janji, hal ini terbukti dari 19 konsumen 10 atau 52,6 % diantaranya, mengatakan pengusaha percetakan undangan tidak menepati janji.

Menepati janji merupakan salah satu etika yang dapat meningkatkan konsumen, pengusaha dituntut untuk selalu menepati janji. Sekali pengusaha ingkar janji, hilangkan kepercayaan pihak lain terhadapnya. Pengusaha harus konsisten terhadap apa yang telah dibuat dan disepakati sebelumnya. Terlihat disini masih ada sebagian

pengusaha yang terlihat disini masih ada sebagian pengusaha yang benar menepati janji dikarenakan kecepatan pengusaha mengerjakan pesanan konsumen dan masih ada pengusaha yang kadang-kadang menepati janji karena pengusaha banyak terima pesanan mencetak undangan sehingga pengusaha hanya memberikan janji kepada konsumen. dan pengusaha yang tidak menepati janji dikarenakan banyaknya pengusaha yang mendapatkan pesanan untuk mencetak undangan sehingga terlalaikan pekerjaan untuk mencetak undangan yang telah dijanjikan.

Hasil wawancara yang penulis lakukan kepada salah satu konsumen percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru yaitu Rita, ia mengatakan saya memesan undangan kepada pengusaha percetakan, saya bertanya kepada pengusaha kapan saya bisa mengambil undangan ini, pengusaha mengatakan tunggu 2 minggu lagi mbak, setelah 2 (dua) minggu saya datang kembali tapi ternyata undangan saya belum selesai semua, mereka minta diberi waktu untuk menyelesaikan undangan tersebut.¹⁴

C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Etika Persaingan Pada Percetakan Undangan

Percetakan undangan merupakan salah satu bagian dari perdagangan yang menekuni dibidang ekonomi. Usaha percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru sangat berkembang dan telah menggunakan teknologi yang canggih sesuai dengan zaman sekarang. Kecamatan Sukajadi adalah

¹⁴ Rita (Konsumen), *Wawancara*, tanggal 26 Mei 2013

pusat percetakan undangan terbesar di Pekanbaru, orang-orang yang mencetak undangan bukan hanya dari daerah pekanbaru sendiri tapi dari luar daerah Pekanbaru.

Dalam dunia persaingan, tugas utama pengusaha adalah mengait pelanggan sebanyak mungkin, baik pelanggan yang baru ataupun pelanggan dari produk lainnya. Disamping itu, pengusaha juga harus mampu menangkap peluang yang ada di pasar sebelum ditangkap pesaing. Seorang pengusaha diharapkan mampu menciptakan peluang-peluang baru. Namun pengusaha juga harus waspada terhadap setiap ancaman yang ada sekarang dan di masa yang akan datang.¹⁵

Persaingan percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru sangat ketat, produk yang di digunakan dan harga yang ditawarkan kepada konsumen tidak ada perbedaan. Setiap pengusaha percetakan undangan memiliki cara mendesain undangan yang berbeda-beda, tergantung konsumen yang memilih desain mana yang mereka suka atau ketertarikan konsumen terhadap produk, desain dan harga. Mereka melakukan persaingan yang sehat dimana pengusaha mempunyai cara tersendiri untuk mendapatkan konsumen. Pengusaha memiliki banyak strategi dalam mendapatkan konsumen salah satunya pelayanan.

Dalam konsep Ekonomi Islam telah dilarang penetapan harga dibawah harga pasar dan penetapan harga diatas harga pasar karena hal ini dapat merugikan salah satu pihak, larangan terhadap menjual dengan harga yang

¹⁵ Loc.Cit.,. Kasmir,.h. 258

lebih rendah dengan harga pasar telah diterapkan oleh Umar Bin Khattab saat menghampiri Hatib bin Abi Balta'ah yang menjual kurma basah di pasar dengan mengatakan:

“Anda naikkan harga barangmu, atau Anda henggang saja dari pasar ini.”

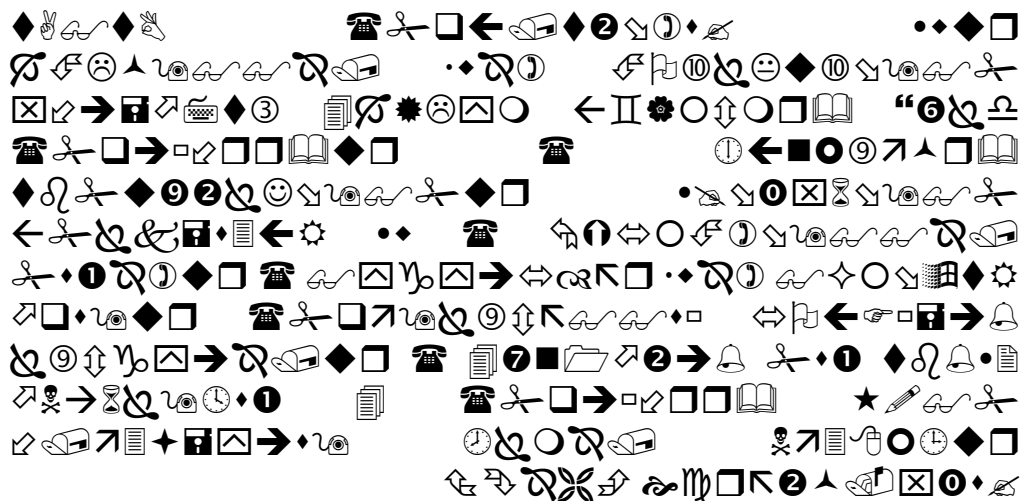
Lebih lanjutnya Malik mengatakan:

“Barang siapa menurunkan harga pasar, maka hendaklah ia diusir. Karenanya, jika terdapat pelaku usaha yang menjual dengan harga di bawah harga pasar untuk kepentingannya sendiri, maka ia boleh dipaksa untuk menyesuaikan dengan harga pasar atau diusir dari pasar.”

Keterbukaan pengusaha dalam memperkenalkan produk, ini sangat penting dalam berbisnis percetakan undangan, kebanyakan pengusaha percetakan membuat undangan menggunakan kualitas kertas sesuai dengan harga yang menjadi akad awal sebelum undangan di desain dan di cetak. Pengusaha percetakan undangan memberi tahu kepada konsumen jenis kertas yang mereka gunakan karena konsumen tidak mengetahui kertas yang digunakan apakah kualitas kertas ini bagus atau tidak.

Pengusaha memberikan hal yang baik kepada konsumen, baik dari segi kualitas produk maupun pelayanan yang berkesan baik kepada konsumen. pengusaha dalam penyerahan barang tidak menepati janji, sehingga membuat konsumen sedikit kecewa dan harus memberikan waktu lagi kepada pengusaha untuk cepat menyelesaikan pesanan konsumen. Dalam Islam, penyerahan barang yang tidak tepat waktu ini merupakan tadlis dalam penyerahan barang karena penyerahan barangnya tidak tepat waktu.

Nabi melarang persaingan yang tidak sehat antara pedagang seperti persaingan harga yang berlebihan. Namun Rasulullah menganjurkan agar menentukan harga sesuai dengan kualitas serta nilai tambah setiap produk. Selain itu, Islam melarang diskriminasi harga (apabila terjadi ketidakadilan terhadap pelanggan) dan penipuan dalam penentuan harga. Kitab suci Al-Qur'an dengan tegas telah melarang semua transaksi bisnis yang mengandung unsur penipuan dalam segala bentuk terhadap orang lain, terdapat dalam surat Al-An'am ayat 152:



Artinya: *“Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, berbicaralah sejujurnya, sekalipun dia kerabat (mu) dan penuhilah janji Allah. Demikianlah Dia memerintahkan kepadamu agar kamu ingat”*.

Ada beberapa macam tadelis dalam jual beli, yaitu sebagai berikut:¹⁶

1. Tadelis dalam kuantitas

Tadelis (penipuan) dalam kuantitas termasuk juga kegiatan menjual barang kuantitas sedikit dengan harga barang kuantitas banyak.

2. Tadelis dalam kualitas

¹⁶ Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT.Grafindo Persada,2008), ed. 3, h.191-197

Tadlis (penipuan) dalam kualitas termasuk juga menyembunyikan cacat atau kualitas barang yang buruk yang tidak sesuai dengan yang disepakati oleh penjual atau pembeli.

3. Tadlis harga (Ghaban)

Tadlis (penipuan) dalam harga ini termasuk menjual barang dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga pasar karena ketidaktahuan pembeli atau penjual.

4. Tadlis dalam waktu penyerahan

Seperti juga pada tadlis (penipuan) dalam kuantitas, kualitas, dan harga, tadlis dalam waktu penyerahan juga dilarang. Yang termasuk penipuan jenis ini adalah bila si penjual tahu persis ia tidak akan dapat menyerahkan barang pada besok hari, namun menjanjikan akan menyerahkan barang tersebut pada besok hari.¹⁷

Ketatnya persaingan menuntut para pengusaha untuk berupaya keras dalam memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Para pengusaha berusaha untuk menang dalam persaingan, berbagai cara dilakukan diantaranya yaitu dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas produk serta meningkatkan pelayanan. Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada konsumen, para pengusaha harus mampu memberikan pelayanan semaksimal mungkin. Oleh karena itu pengusaha tersebut akan mampu memenangkan persaingan.

¹⁷ Ibid. h.198

Dari penjelasan tentang bentuk persaingan, penulis berpendapat bahwa persaingan yang dilakukan para pengusaha percetakan undangan persainganyang tidak sehat, adanya unsur yang tidak sesuai dengan konsep Islam yaitu adanya pengusaha yang memberikan harga dibawah harga yang telah ditetapkan untuk mendapatkan konsumen.

Pemberian harga dibawah harga yang ditetapkan dalam Islam tidak boleh karena ini dapat merugikan salah satu pihak. Dari etika persaingannya pengusaha pelayanan konsumen dalam penyerahan waktu, pengusaha tidak menepati janji kepada konsumen sehingga konsumen harus menunggu lama karena kurangnya ketepatan waktu pengusaha dalam mengerjakan pesanan konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Bentuk etika persaingan pada percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru persaingan sangat ketat persaingan yang terjadi adalah persaingan harga dimana pengusaha berani memberikan harga dibawah harga yang telah ditetapkan
2. Etika persaingan pada percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru memberitahu kepada konsumen kualitas undangan yang digunakan, dalam segi pelayanan pengusaha ramah dan sopan dalam melayani konsumen sedangkan dalam penyerahan barang terkadang pengusaha lambat dalam menyelesaikan pesanan undangan konsumen.
3. Bentuk dan etika persaingan pada percetakan undangan tidak sesuai syariat karena pemberian harga dibawah harga yang telah ditetapkan dapat merugikan pengusaha lainnya dan ketidak sesuai waktu dalam penyerahan pesanan konsumen hal ini membuat konsumen harus menunggu lebih lama.

B. Saran

1. Karena sangat ketatnya persaingan pada pengusaha percetakan undangan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru, diharapkan kepada pengusaha untuk menciptakan persaingan yang sehat, tidak saling merugikan satu sama lainnya dan menciptakan sifat saling tolong menolong dalam berbisnis.
2. Sebagai seorang muslim, tentunya tidak boleh lupa untuk meneladani dan mengingat nasihat-nasihat Nabi Muhammad SAW yang bisa dijadikan moralitas yang membingkai aktivitas para pebisnis. Nabi Muhammad sebagai pebisnis yang sukses, ada kiat-kiat yang harus kita ikuti agar bisnis kita sukses apabila menerapkannya dengan baik, yaitu Shiddiq (benar, jujur), amanah (bertanggung jawab), fathanah (kecerdikan, kebijaksanaan dan intelektualita), tabligh (Keterbukaan, komunikasi dan pemasaran). Karena ini merupakan karakter bisnis/berdagang yang Islami dan sesuai dengan ajaran Rasulullah. Namun ini bisa pula diterapkan siapa saja sebab ajaran Islam bersifat universal.

DAFTAR PUSTAKA

- A Karim, Adiwarmarman. 2008. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT.Grafindo.Ed. 3.
- Abdullah, M Yatimin. 2006. *Pengantar Studi Etika*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Badroen, Faisal. 2007. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.Cet. 2
- file:///D:/_PDV/_/Etika_/etika-persaingan-bisnis-dalam.htm . Tanggal 05 Juni 2013, Pukul, 20.11.
- G. Meredith, Geoffrey. 2002. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: PPM. Cet. 7.
- Hastuti,Yahya. 2012. *9 Kunci Bisnis Rasulullah SAW & Khadijah RA*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- H. Kusnadi, et.,al. 2001 *Pengantar Bisnis dan Wirausaha*. Malang.
- Hermansyah. 2008. *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta: Kencana. Ed. 1.
- Kasmir. 2010. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Press. Ed. 1
- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat. Ed.1.
- _____. 1999. *Marketing, Terj.Herujati Purwoto*. Jakarta:Erlangga.
- _____. 2001. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardani. 2012. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana.
- Natadiwirya, Muhandis. 2007. *Etika Bisnis Islami*. Jakarta: Granada Press. Cet.1,
- Nilasari, Irma dan Wiludjeng, Sri. 2006. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Ed. 1.
- P. Siagian, Sondang. 2003. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- P3EI. 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Ed. 1.
- Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia. Ed.4.

- Rokan, Mustafa Kamal. 2010. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sadono Sukirno, Sadono, et.,al. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana. Ed.1.
- Sholahuddin, M. 2007. *Asas-Asas Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Ed.1,
- Solihin, Ismail. 2006. *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis Dan Studi Kasus*. Jakarta: Kencana.
- Sudarsono. 1991. *Pengantar Ekonomi Perusahaan: Buku Panduan Mahasiswa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Untung, Budi. 2012. *Hukum dan Etika Bisnis*. Yogyakarta: Andi. Ed.1.
- Widjaja, Gunawan dan Yani, Ahmad. 2006. *Seri Hukum Bisnis: Anti Monopoli*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.