

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERILAKU PERSAINGAN ANTARA PENGUSAHA REKLAME
MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH
(Studi pada Usaha Reklame di Jalan Soebrantas Tampan
Kota Pekanbaru)**

SKRIPSI



OLEH:

**TRISNA INDAH
NIM. 11425204048**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1441 H/2020 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul "**PERILAKU PERSAINGAN ANTAR PENGUSAHA REKLAME MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Pada Usaha Reklame di Jalan Soebrantas Panam Kota Pekanbaru)**", yang ditulis oleh :

Nama : **TRISNA INDAH**
 NIM : **11425204048**
 Program Studi : **Ekonomi Syariah (SE)**

Dapat disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 10 Agustus 2020
 Pembimbing,

Dr. H. Muh. Said HM, MA, MM
NIP.196205121989031003



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *PERILAKU PERSAINGAN ANTARA PENGUSAHA REKLAME MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI PADA USAHA REKLAME DI JALAN SOEBRANTAS TAMPAN KOTA PEKANBARU)*, yang ditulis oleh :

Nama : **TRISNA INDAH**
 NIM : 11425204048
 Program Studi : Ekonomi Islam

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 19 November 2020
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 November 2020 M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. Heri Sunandar, MCL.

Sekretaris

Syamsurizal, SE., M.Sc., Ak.CA.

Penguji I

Dr. Syahpawi, M.Sh

Penguji II

Ahmad Fauzi, S.HI., MA.

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.
 NIP. 19580712 198603 1 005

UIN SUSKA RIAU



ABSTRAK

Trisna Indah, (2020): Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Reklame menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi pada Usaha Reklame di Jalan Soebrantas Tampan Kota Pekanbaru)

.Salah satu usaha kecil yang berkembang saat ini adalah percetakan sebuah usaha kecil yang berkembang dari skill seni gambar yang dimiliki oleh para pengusaha dalam memenuhi permintaan pelanggan. Dengan banyak berdirinya usaha-usaha percetakan, tingkat persaingan yang terjadi pun semakin ketat. Untuk mampu bertahan hidup bersaing dengan cara meningkatkan mutu kinerjanya, karena hanya mereka yang mempunyai kinerja yang baik akan bertahan hidup. Setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal (pelanggan) yaitu salah satunya dengan strategi pemasaran yang tetap diberikan terhadap konsumen.

Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku persaingan antar pengusaha reklame. Apa faktor-faktor pendorong dan penghambat persaingan dalam menghadapi persaingan usaha reklame dan bagaimana tujuan ekonomi syariah tentang perilaku persaingan antar pengusaha reklame di Jalan Soebrantas Tampan Kota Pekanbaru.

Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui perilaku persaingan antar pengusaha reklame, faktor pendorong dan penghambat dalam menghadapi persaingan usaha reklame dan tinjauan ekonomi syariah tentang perilaku persaingan usaha reklame di Jalan Soebrantas Tampan Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara, angket, dokumentasi, dan studi pustaka. Data dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang kemudian dianalisis menggunakan analisa deskriptif kualitatif. Populasi dari penelitian ini adalah pemilik usaha reklame yang ada di jalan Soebrantas Tampan kota pekanbaru sebanyak 15 pengusaha dan penulis mengambil sampel sebanyak 15 pengusaha dengan menggunakan teknik *Total Sampling*.

.Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perilaku persaingan antara pengusaha reklame yaitu dalam bentuk persaingan produk, persaingan harga, dan persaingan dalam bentuk pelayanan dan persaingan dalam memasarkan produk reklame, berdampak tidak baik karena beberapa pengusaha bersaing dengan cara tidak sehat sehingga dapat menjatuhkan harga. Faktor-faktor pendorong dan penghambat dalam menghadapi persaingan usaha reklame, faktor pendorong yaitu: mempunyai prospek yang baik, kualitas produk, lokasi yang strategis dan adanya teknologi, sedangkan faktor penghambat yaitu: keterbatasan modal, kurangnya tenaga profesional, kurangnya wawasan dalam bisnis reklame dan kurangnya perhatian pemerintah.

Tinjauan ekonomi syariah tentang perilaku persaingan antara pengusaha reklame di jalan Soebrantas Tampan Kota Pekanbaru tidak sesuai ekonomi syariah, karena terdapat praktek dengan persaingan usaha yang tidak sehat dengan cara menjatuhkan harga.

Kata kunci: *Perilaku, Persaingan, Reklame*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah swt yang telah melimpahkan karunia-Nya kepada kita bersama sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Sholawat serta salam kepada Rasulullah Saw. Mudah mudahan dengan seringnya bersholawat kita termasuk dalam umat yang mendapat Syafa' at beliau di akhirat kelak.

Skripsi ini berjudul “Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Reklame Menurut Perspektif Ekonomi Syariah Studi Pada Usaha Reklame di Jalan Soebrantas Tampan Kota Pekanbaru”. Skripsi ini karya ilmiah yang disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah oleh setiap mahasiswa SI Ekonomi Syariah di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud dengan baik tanpa adanya bantuan dari semua pihak, untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ayah tercinta Hasan Fajri dan Ibu tercinta Fitriah yang telah membersarkan saya dengan tulus penuh kasih sayang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, M. Ag. Selaku Rektor UIN Suska Riau, Bapak Dr. H. Suryan A. Jamrah, MA selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Kusnedi, M. Pd selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Drs. H. Promadi, MA., Ph. D. Selaku Wakil Rektor III.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bapak Dr, Drs. H. Hajar, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum, Bapak Dr, Drs. Heri Sunandar, M. CI. Selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M Ag selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Magfirah, MA selaku Wakil III yang telah banyak membantu dalam proses perkuliahan.
4. Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag, M. Sh. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, Se, M. Sc Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum sekaligus sebagai penasehat akademik penulis yang baik hati dan selalu peduli terhadap penulis.
5. Bapak Dr. H. Muh Said, HM, MA.MM. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak berperan dalam meyemangati sekaligus membantu untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen serta semua civitas akademik yang telah memberikan jasa dan melungkan waktu untuk penulis selama kuliah di UIN Suska Riau.
7. Bapak Ibu Kepala perpustakaan Universitas Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dalam melengkapi referensi guna untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Suresno Panja S.Pd. Selaku pimpinan usaha reklame dan Bapak Calvin Prakasa ST. Selaku pimpinan usaha reklame dan pihak-pihak reklame lain sebagai responden yang telah membantu, berbagai informasi-informasi yang diberikan.

Semoga atas segala bantuan yang di berikan menjadi amal sholeh di sisi

Allah SWT. Aminn..

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Akhirnya kepada Allah jualah segala kemuliaan dan kebesaran. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian. Amin.

Wabillahitaufiq walhidayah Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh....

Pekanbaru, 28 Juli 2020

Penulis,

TRISNA INDAH
NIM 11425204048

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL | vi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Batasan Masalah | 14 |
| C. Rumusan Masalah | 15 |
| D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... | 15 |
| E. Metode Penelitian | 16 |
| F. Sistematika Penulisan | 18 |
| BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN | |
| A. Gambaran Umum Kota Pekanbaru Kecamatan Tampan..... | 20 |
| B. Letak Geografis | 21 |
| C. Usaha Reklame di Jalan Soebrantas Tampan Pekanbaru..... | 26 |
| BAB III TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Pengertian Perilaku dan Etika..... | 30 |
| B. Sumber Hukum Perilaku dan Etika Berusaha | 38 |
| C. Persaingan dan Sumber Hukumnya..... | 44 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Reklame | 55 |
| B. Faktor-faktor Pendorong dan Penghambat dalam Menghadapi Persaingan Usaha Reklame | 58 |
| C. Tinjauan Ekonomi Syariah Tentang Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Reklame diJalan Soebrantas Tampan Kota Pekanbaru | 65 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan..... | 71 |
| B. Saran-Saran..... | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |



DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel II.1 | Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Pekanbaru..... | 21 |
| Tabel II.2 | Batas Kota Pekanbaru | 22 |
| Tabel II.3 | Jumlah Penduduk Kota Pekanbaru Tahun 2015-2019..... | 23 |
| Tabel II.4 | Harga Standard Produk Reklame di Jalan Soebrantas Tampankota Pekanbaru..... | 28 |
| Tabel II 5 | Jumlah Pengusaha Reklame..... | 29 |
| Tabel IV.1 | Jawaban Responden Tentang Persaingan Antar Pengusaha.. | 56 |
| Tabel IV.2 | Jawaban Responden Tentang Persaingan Harga | 56 |
| Tabel IV.3 | Jawaban Responden Tentang Persaingan Produk..... | 57 |
| Tabel IV.4 | Jawaban Responden Tentang Persaingan Pelayanan..... | 57 |
| Tabel IV.5 | Jawaban Responden Tentang Prospek yang Baik..... | 58 |
| Tabel IV.6 | Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk..... | 59 |
| Tabel IV.7 | Jawaban Responden Tentang Lokasi yang Strategis | 60 |
| Tabel IV.8 | Jawaban Responden Tentang Adanya Teknologi..... | 60 |
| Tabel IV.9 | Jawaban Responden Tentang Keterbatasan Modal | 61 |
| Tabel IV.10 | Jawaban Responden Tentang Kurangnya Tenaga Profesional | 62 |
| Tabel IV.11 | Jawaban Responden Tentang Tidak Menggunakan Tenaga yang Profesional | 62 |
| Tabel IV.12 | Jawaban Responden Tentang Kurangnya Wawasan Bisnis Reklame | 63 |
| Tabel IV.13 | Jawaban Responden Tentang Kurangnya Perhatian Pemerintah | 64 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin pesat, sehingga persaingan usaha juga semakin ketat, hal ini disebabkan karena kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Al-Qur'an sebagai pegangan hidup umat Islam telah mengatur kegiatan bisnis secara eksplisit, dan menyenangkan, sehingga al-Qur'an sangat mendorong dan memotivasi umat Islam untuk bertransaksi bisnis dalam kehidupan mereka. Meskipun demikian dalam melakukan transaksi bisnis, seorang muslim juga harus memperhatikan keadilan sosial bagi masyarakat.¹

Seiring perkembangan dan perjalanan sejarah manusia, aspek ekonomi juga turut berkembang dan semakin komplit. Kebutuhan manusia yang semakin menjadi-jadi dan tidak dapat terpenuhi sendiri menyebabkan mereka melakukan kegiatan tukar-menukar dalam berbagai bentuk. Alam yang tadinya menyediakan banyak komoditas tidak lagi bisa diandalkan, akhirnya munculnya aneka transaksi mulai dari batre hingga yang paling modern, seperti yang dirasakan pada hari ini.²

Perkembangan kehidupan manusia diikuti oleh perkembangan kebutuhan hidup, ekonomi dan kedudukan. Kebutuhan manusia tersebut terwujud dalam pola kehidupannya. Pertumbuhan ekonomi juga diikuti

¹ Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Transtation Law In Business*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 1

² Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), h. 2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan berbagai kelompok jabatan, baik yang bersifat formal ataupun yang informal. Pertumbuhan penduduk juga membentuk pola-pola kehidupan manusia baru, letak geografis penduduk serta kepadatan jumlah penduduk mengubah fungsi dan peran manusia.³

Di Negara Indonesia industri dijalankan oleh wirausaha yang berangkat dari usaha sederhana, kemudian berangsur-angsur untuk mengembangkan usaha sampai usaha dikelolah menjadi usaha yang besar yang menampung dalam pembangunan di indonesia tidak terlepas dari peranan dan keberadaan industri kecil dan kerajinan rakyat, yang secara historis kehadirannya jauh lebih dahulu dibandingkan industri manufaktur maupun industri modern meskipun penghasilan industri kecil pada umumnya masih tergolong rendah, namun eksistensinya tidak dapat diabaikan dalam kelesuan ekonomi.⁴

Dalam menjalani kehidupan, manusia menghadapi tantangan dimana dengan tantangan tersebut akan muncul sebuah gagasan, kemauan dan mendorong untuk berinisiatif, yang tidak lain adalah kreatif dan bertindak inovatif sehingga tantangan yang dihadapi terpecahkan. Dengan demikian manusia pun akan berusaha untuk menghidupi keluarga pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dengan langkah awal berwirausaha atau membuka usaha kecil.

³ Sirod Hantoro, *Kiat Sukses Berwirausahaan*, (Yogyakarta: Adicita Karya Nusa, 2005), h.1.

⁴ Fachri Yasin, *Agribisnis Riau dan Pekanbaru Berbasis Kerakyatan*, (Pekanbaru: UNRI Pers, 2003), h. 140.



Kewirausahaan merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.⁵ Sementara pengertian usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang.⁶

Ekonomi Islam merupakan suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari persoalan perekonomian rakyat yang berlandaskan syaria'at Islam, hal ini sesuai dengan apa yang telah diungkapkan oleh Abdul Mannan dalam bukunya mengatakan bahwa ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.⁷

Dalam pelaksanaannya ekonomi Islam menerapkan sistem yang berorientasi rahmatan lil'alamini suatu sistem perekonomian yang menjadi rahmat bagi seluruh alam.⁸ Namun dalam pelaksanaannya ekonomi Islam belum dikenal masyarakat secara mendetail, ekonomi Islam hanya dikenal dalam ruang lingkup ekonomi Islam itu meliputi sektor riil.

Islam mendorong umatnya untuk mencari rezeki yang berkah mendorong berproduksi dan menekuni aktivitas ekonomi sebagai bidang

⁵ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 17.

⁶ M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h.1.

⁷ Abdul Manan, *Teori & Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Amanah Bunda Sejahtera, 1997), h.7.

⁸ Muchlis, *Bisnis syari'ah*, (Yogyakarta: YKPN, 2007), h.6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

usaha, seperti pertanian, perkebunan industri, perdagangan dan bidang-bidang lainnya.⁹ Islam mengajarkan umatnya untuk mandiri dan berkarir (berdiri diatas kaki sendiri). Tidak hanya mengajarkan untuk beribadah, tetapi juga mendorong keras, yang didorong Islam adalah berwirausaha. Allah berfirman dalam (QS. An-Nisa':29 yang berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, jangan lah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Seungguhnya allah adalah maha penyayang kepadamu.*(QS. an-Nisa':29).

Dari ayat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam meraih ridho illahi berkaitan dengan harta dunia diisyatkan agar suka sama suka dan tidak boleh dalam jalan dan berdagangan atau perniagaan. Jalan ini dianggap paling karena mansyaratkan saling menenuhi kebutuhan dari keuntungan yang diperoleh dan dilandaskan suka sama suak antara penjual dan pembeli.

Banyak orang bilang bahwa dunia bisnis adalah dunia yang kejam. Akibatnya mungkin banyak pembisnis yang menghalalkan segala cara untuk mencapai target omset atau keuntungan yang ditetapkan, meraka tidak memperdulikan etika berbisnis. Dalam jangka pendek mungkin bisnis yang dijalankan dengan menghalalkan segala cara akan memperoleh keuntungan yang besar, tetapi yakinlah itu hanya keuntungan semu dan menipu. Pada

⁹ Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 86.



saatnya bisnis yang dijalankan dengan menghalalkan segala cara pasti jatuh.¹⁰

Mengembalikan nilai-nilai Islam ditengah-tengah kehidupan.

Perkembangan ekonomi syariah sendiri mampu perekonomian masyarakat. Dalam hal dunia bisnis telah muncul kesadaran akan pentingnya etika, kejujuran dan prinsip-prinsip Islam lainnya. Rasulullah sendiri telah memberikan contoh kepada manusia tentang cara-cara berbisnis yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, sikap amanah serta tetap memperoleh keuntungan.¹¹

Masyarakat pada saat ini itu terkenal dengan zaman jahiliyah yang kebanyakan pelaku bisnis menghalalkan segala cara dalam meraih keuntungan, dan strategi bisnis yang dijalankan Rasulullah juga meliputi operasi, strategi pemasaran, strategi sumber daya manusia dan strategi keuanganal-Qur'an memberikan tuntunan bahwa dalam menjalankan bisnis hendaknya menggunakan *jihad fi sabililla* dengan harta dan jiwa ataus trategi di jalan Allah dengan mengotimalkan sumber daya.¹² Sistem ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang berorientasi rahmatanli'amin.¹³

Praktik bisnis yang selama puluhan tahun melingkupi keseharian kita semakin menyadarkan kita bahwa kejujuran, etiak moral dalam suatu bisnis menjadi keharusan. Pada lingkungan bisnis yang tidak jarang mengabaikan

¹⁰ Yusuf Mansur & M. Syafe'ie Bantanie, *Doa-Doa Bisnis dan Dosa-Dosa Bisnis*, (Bandung: Salamadani Pustaka Semesta, 2010), h.1.

¹¹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 5.

¹² M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy & Ethics*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 219.

¹³ Muslich, *Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: YKPN, 2007), h. 5.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

etika, kejujuran merupakan *resoure* yang semakin langka bagi perusahaan, dan tak hanya langka ia merupakan *resource* yang biasa di *leverage* menjadi komponen penting daya saing suatu perusahaan. Dari sini muncul para digma baru dalam pemasaran, yang dilandasi oleh kebutuhan yang paling pokok, yang paling dasar, yaitu kejujuran, moral dan etika dalam bisnis.¹⁴

Sesuai dengan firman Allah dalam surat-al-Nahl:90 yang berbunyi:

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

Artinya : *Sesungguhnya allah menyuruh berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberikan kepada kaum kerabat, dan allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.* (QS.al-Nahl:90).

Sesuai dengan firman Allah tersebut sangat jelas sekali maknanya bahwa sebagai pelaku bisnis wajib hukumnya menjalankan prinsip-prinsip pemasaran yang Islami (spiritual marketing), diantaranya berlaku adil, senantiasa berbuat kebaikan, dan menjauhi permusuhan sesama pelaku bisnis. Lebih-lebih lagi kepada konsumen, dimana konsumen adalah laba bagi perusahaan.

Dalam hadist juga telah dijelaskan tentang etika dalam berbisnis,

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حَذَّامٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْبَيْعَانُ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَاوَيْنَا بورك له ما في بيعهما وإن كذباوكتما محق بركه بيعهما (رواه مسلم)

Artinya: *Dari Hakim bin Hitzam, dari nabi SAW, beliau bersabda, "penjual dan pembeli mempunyai hak untuk memilih (khiyar) selama*

¹⁴ Hermawan Kertajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006),h. 6.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Sharif Kasim Riau

keduanya belum berpisah. Apabila mereka, penjual dan pembeli tersebut, berlaku jujur dan mau menerangkan (barang yang diperjual belikan) niscaya mereka akan mendapatkan 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. 15/juz.10).¹⁵

Berdasarkan hadits diatas, maka jelas bahwa Rasulullah merupakan suri tauladan yang baik bagi kita dalam menjalani bisnis, kesuksesan berbisnis Rasulullah 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.

Dalam menjalankan strategi bisnis pimpinan suatu perusahaan setiap hari berusaha mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan mencari antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan acaman) suatu pasar. Kegiatannya meliputi pengamatan secara hati-hati persaingan, peraturan tingkat inflasi, siklus bisnis, keinginan dan harapan konsumen, serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan acaman.¹⁶

Dalam menghadapi persaingan perusahaan yang harus diperhatikan bagaimana perusahaan itu mengelolah strategi pemasaran perusahaan dalam menghadapi pesaingnya.

Persaingan bisnis dalam perkembangan di era globalisasi menurut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam

¹⁵ Muhammad Nasruddin Al Albani , *Mukhtashar Shahih Muslim*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), h. 664

¹⁶FeddyRangkuti, *Analisis SWOT*, (Jakarta :GramediaPustakaUtama, 1997), h. 20



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menghadapi persaingan dilingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan tidak kepastian. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal (pelanggan), yaitu salah satunya dengan strategi pemasaran yang tepat diberikan terhadap konsumen.

Dengan banyak berdirinya usaha-usaha percetakan, tingkat persaingan yang terjadi pun semakin ketat. Untuk mampu bertahan hidup perusahaan sebagai pelaku bisnis dituntut untuk mampu bersaing dengan cara meningkatkan mutu kinerjanya, karena hanya mereka yang mempunyai kinerja yang baik akan bertahan hidup.

Usaha percetakan merupakan bagian dari kegiatan muamalah yaitu dalam kegiatan tersebut terjadinya transaksi antara dua orang atau lebih dalam memasarkan suatu barang dan jasa. Dalam kaedah ushul fiqih yang mendasar dalam konsep Islam dikatakan bahwa asal dari kegiatan mua'malah itu adalah boleh kecuali datang ayat yang mengharamkannya.¹⁷

Begitu juga dengan usaha percetakan yang ditekuni oleh pekerja, merupakan suatu usaha yang boleh dilakukan selama pekerjaan itu tidak menyimpang dari ajaran-ajaran Islam. Dalam meningkatkan daya saing perusahaan, hal-hal yang dilakukan oleh pengusaha percetakan adalah memberikan jasa atau produk yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan harga yang kompetitif, tak hanya itu pengusaha harus bisa menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dengan memberikan

¹⁷Ahmad Basyir, *Asas Hukum Mua'amalat*, (Yogyakarta: UII Pers, 2003), h. 34.



pelayanan yang prima dengan cara memperhatikan kualitas jasa dan produk yang diinginkan serta ketepatan waktu yang telah dijanjikan karena pelayanan akan menjadi ikon bagi pengusaha ditengah kompetisi.

Pada dasarnya Islam telah 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 diperolehkan 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.¹⁸

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

¹⁸ P3EIR, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h.68



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 tinggi untuk mengelabui pembeli lain. Hal ini berpedoman pada firman Allah SAW dalam surat al-Muthafifin ayat 1-3 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: *Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. (QS. al-Muthafifin: 1-3).*

a. Kejujuran

Sebagian dari makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya. Dalam jual beli di perlukan adanya kejujuran.¹⁹ 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 berhasil dalam dunia bisnis karena sifat jujur yang mereka miliki. Hal ini berpedoman pada surat al-Anfal: ayat 58 yang berbunyi :

¹⁹Yahya Hastuti, *9 kunci Bisnis Rasulullah SWA & Khadijah RA*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 17.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

وَأَمَّا تَخَافُ مِنْ قَوْمٍ خِيَانَةً فَانْبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَى سَوَاءٍ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْخَائِبِينَ ﴿٥٨﴾

Artinya: *dan jika kamu khawatir akan (terjadinya) pengkhiatan dari suatu golongan, maka kembalikanlah perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur, sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat. (QS. al-Anfal: 58)*

b. 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 usah yang ingin menjalin kerjasama dituntu 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 ayat 70 yang berbunyi:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: *wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada allah dan ucapkanlah perkataan yang benar. (QS. al-Ahzab: 70).*

c. Keadilan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلَّمْتُمْ بِالْقَيْسِطِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ
وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Artinya: *Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan timbangan yang benar, itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya. (QS. al-Isra: 35).*

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.

Contoh persaingan pada usaha percetakan tersebut banyak pengusaha yang tetap menerima orderan walaupun keuntungan yang dapat sedikit dengan menggunakan harga terendah agar mampu bersaing dengan pengusaha percetakan yang lain. Hal ini di ungkapkan oleh salah satu karyawan usaha percetakan dijalan Soeberantas Tampan yang bernama Riski. Karyawan blackpaint ini mengakui tingkat persaingan disini cukup tinggi, walaupun demikian mereka tetap menetapkan harga standar sesuai kualitas.²⁰

Perilaku persaingan antara pengusaha reklame yaitu dalam bentuk persaingan produk, persaingan harga, dan persaingan dalam bentuk pelayanan namun persaingan antara pengusaha ini berdampak tidak baik karena beberapa pengusaha bersaing dengan cara tidak sehat sehingga dapat menjatuhkan harga.²¹

²⁰Riski Putra (karyawan, Black Paint), wawancara Tanggal 17 Januari 2018.

²¹ Calvin Prakasa (Pemilik Perusahaan Hageka ADV) Wawancara 24 Januari 2018.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Salah satu usaha kecil yang berkembang saat ini adalah usaha percetakan sebuah usaha kecil yang berkembang dari skill seni gambar yang dimiliki oleh para pengusaha dalam memenuhi permintaan pelanggan. Percetakan merupakan bagian dari kegiatan sektor industri yang memproduksi berbagai macam produk diantaranya spanduk (digital ataupun yang biasa), baliho, plakat, prasati, stempel, (warna dan biasa), ID card, Neon Box, fiber glass, name tag, sablon dan bordir, faktur, brosur, pin, topi, dan sebagainya. Dimana pada saat ini masyarakat sangat membutuhkan produk dari percetakan untuk berbagai macam keperluan, terutama bagi pengusaha-pengusaha yang ingin mempromosikan produksi usahanya.

Kecamatan Tampan memiliki prospek tempat usaha yang memiliki peluang besar akan maju dimasa mendatang. Berdasarkan observasi penulis dilapangan bahwa Kecamatan tampan adalah pusat sentral usaha reklame. Lokasi usaha yang saling berdekatan antara satu sama dengan yang lainnya. Sehingga dalam menarik perhatian konsumen yang datang ditentukan oleh pelayanan serta strategi-strategi persaingan tersendiri seperti brosur, spanduk, pelang merk, yang digunakan oleh pengusaha percetakan untuk menarik perhatian konsumen.²²

Berdasarkan wawancara kepada salah seorang pengusaha yang bergerak di bidang percetakan, ia mengatakan bahwa jumlah

²²Panja (pemilik perusahaan Black Paint) wawancara Tanggal 20 januari 2018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengusaha reklame yang ada di Kecamatan tampan sampai sekarang yaitu 15 pengusaha. Maka, ada beberapa persaingan yang kami rasakan yaitu adanya persaingan tidak sehat antara pengusaha. Seperti fenomena yang terjadi pihak pengusaha lain memberikan informasi palsu kepada konsumen tentang usaha kami. Seperti, bahan atau kualitas kami buruk dibanding usahanya. Padahal usaha kami ini merupakan percetakan yang sudah lama berdiri dan termasuk besar.²³

Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang kiat-kiat yang ditempuh untuk mencapai keberhasilan dalam persaingan sesuai syariat Islam serta menganalisis kekurangan dan kendala serta peluang dan kelebihan yang bisa dimanfaatkan dalam menghadapi persaingan. Dengan judul : **Perilaku Persaingan Antara Pengusaha Reklame menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi pada Usaha Reklame di Jalan Soebrantas Tampan Kota Pekanbaru).**

B. Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya penelitian ini dan mendalam tentang inti permasalahan. Maka penulis membatasi pembahasan ini kepada perilaku persaingan antar pengusaha reklame menurut perspektif ekonomi syariah (Studi Pada Usaha Reklame Di Jalan Soebrantas Kecamatan Tampan Pekanbaru).

²³Panja (pemilik perusahaan Black Paint) wawancara Tanggal 20 januari 2018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perilaku persaingan antar pengusaha reklame?
2. Apa faktor-faktor pendorong dan penghambat dalam menghadapi persaingan usaha reklame ?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang perilaku persaingan antar pengusaha reklame Di Jalan Soebrantas Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui perilaku persaingan antar pengusaha reklame.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor pendorong dan penghambat yang dihadapi pengusaha reklame dalam persaingan.
- c. Untuk mendalami tinjauan ekonomi syariah tentang perilaku persaingan antar pengusaha reklame di Jalan Soebrantas Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai bahan kajian untuk memperdalam dan memperluas wawasan bagi penulis dalam bidang ekonomi syariah.
- b. Sebagai masukan dan bahan informasi dalam menyusun tugas akhir bagi penelitian selanjutnya.
- c. Salah satu syarat untuk menyelesaikan studi penulis dalam rangka mendapatkan gelar sarjana ekonomi (SE) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Metode Penelitian

penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*), metode diterapkan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian adalah jalan Soebrantas Panam Pekanbaru. Lokasi ini merupakan sentral usaha reklame sehingga diharapkan dapat memberikan data yang valid tentang perilaku persaingan antar usaha reklame menurut perspektif ekonomi syariah.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha reklame. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah perilaku persaingan antar pengusaha reklame.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dari kemudian ditarik kesimpulannya.²⁴ Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu 15 orang pemilik usaha reklame yang berada di Jalan Soebrantas Kecamatan Tampan Pekanbaru. Semua populasi dijadikan sampel dengan Teknik *Total Sampling*.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang belum tersedia dan untuk memperoleh data tersebut peneliti harus menggunakan beberapa

²⁴ Sugioyono, *Metodologi Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2007),h.14.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

istrumen penelitian seperti kuesioner, wawancara, observasi dan sebagainya, maka data tersebut dinamakan data primer.²⁵

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari kedua sumber atau data sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.²⁶ Adapun data tersebut berupa buku-buku, dokumen-dokumen serta literatur-literatur yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi yaitu mengumpulkan data atau menjangkau data dengan melakukan pengamatan terhadap subyek atau obyek penelitian secara seksama dan sistematis,²⁷

b. Wawancara

Wawancara atau *interview* yaitu metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya yakni dengan mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan.²⁸

c. Angket

Angket yaitu suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/ pertanyaan kepada responden dengan

²⁵Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Grama Publishing, 2005), h. 76.

²⁶M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2005), h. 132.

²⁷Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), h. 136

²⁸Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 74

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Yaitu menyebarkan angket kepada pemilik usaha reklame.

d. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu penelitian yang menggunakan barang-barang tertulis sebagai sumber data, misalnya buku-buku, majalah, dokumen, jurnal, peraturan-peraturan dan lain-lain.²⁹

e. Studi kepustakaan merupakan salah satu cara untuk memperoleh data dengan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

6. Teknik Analisa Data

Setelah data dikumpulkan kemudian dianalisa dengan analisis *Deskriptif Kualitatif*. Analisis yang digunakan adalah analisis induktif, dengan menarik hal-hal yang bersifat khusus ke dalam hal-hal yang bersifat umum. Setelah dilakukan analisis terhadap data yang ada kemudian ditafsirkan dengan kerangka pemikiran berdasarkan studi pustaka. Terakhir adalah menarik kesimpulan sesuai dengan permasalahan penelitian.

F. Sistematika Penulisan

Demi untuk terarahnya dan memudahkan dalam memahami tulisan ini, maka penulisan skripsi ini penulis bagi dalam lima bab terdiri dari beberapa pasal yang kesemuanya itu merupakan satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan.

²⁹Hartono, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Nusa Media, 2011).h, 62



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan gambaran umum Kota Pekanbaru dan gambaran umum usaha reklame di Jalan Soebrantas Tampan Pekanbaru.

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang pengertian perilaku dan etika, sumber hukum perilaku dan etika berusaha, persaingan dan sumber hukumnya dan Islam dan sumber reklame.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan perilaku persaingan antara pengusaha reklame, faktor-faktor pendorong dan penghambat dalam menghadapi persaingan usaha reklame, dan tinjauan ekonomi syariah tentang perilaku pesaing antar pengusaha reklame Di Jalan Soebrantas Keamatan Tampan Kota Pekanbaru.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini meguraikan kesimpulan dan saran-saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kota Pekanbaru Kecamatan Tampan

Kota pekanbaru adalah ibu kota dan kota terbesar diprovinsi Riau indonesia. Kota ini merupakan kota perdagangan dan jasa, termasuk sebagai kota dengan tingkat pertumbuhan, migrasi dan urbanisasi yang tinggi. Pekanbaru mempunyai satu bandar udara internasional yaitu bandar udara Sultan Syarif kasim II, dan juga mempunyai terminal bus terminal antra kota dan provinsi Bandar Raya Sekaki, serta dua pelabuhan di sungai siak, yaitu pelita pantai dan sungai duku.

Saat ini kota pekanbaru sedang berkembang pesat menjadi kota dagang yang multi-etnik, keberagaman ini telah menjadi kepentingan bersama untuk dimanfaatkan bagi kesejahteraan masyarakatnya. Kota pekanbaru memang tengah tumbuh dengan baik. Berbagai pembangunannya makin bergeliat. Hal ini dapat kita lihat pada sasana purna MTQ yang sangat artistik dan indah dari segi arsitekturnya. Saat ini gedung ini sering dipakai sebagai pusat pameran kesenian dan bisnis.³⁰

Kota pekanbaru memiliki luas wilayah 632,26 km, terbagun saat ini sekitar 30% dan masih ada potensi yang dikembangkan seluas 40% dari total luas wilayah. Wilayah lainnya seluas 30% dipertahankan untuk ruang dilihat dari regional sumatera, pekanbaru juga berada ditengah-tengah pulau sumatera. Dan menjadi titiksimpul jalur lintas darat melalui jalan lintas timur

³⁰www.pekanbaru.co.id.

sumatera serta menjadi titik simpul tol transmisi jaringan kabel listrik dan gardu induk sumatera.

Kota pekanbaru terdiri dari 12 kecamatan dan 58 kelurahan, 617 RW dan 2.521 RT. Secara nasional posisi kota pekanbaru menjadi pintu gerbang indonesia bagian barat untuk keluar dan masuk internasional khususnya bertetangga dekat dengan negara asean.

Tabel II.1
Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Pekanbaru

| No | Kecamatan | Luas Wilayah(km 2) |
|----|----------------|--------------------|
| 1 | Tampan | 59,81 |
| 2 | Payung Sekaki | 43,24 |
| 3 | Bukit Raya | 25,05 |
| 4 | Marpoyan Damai | 29,74 |
| 5 | Tenayan Raya | 171,27 |
| 6 | Lima Puluh | 4,04 |
| 7 | Sail | 3,26 |
| 8 | Pekanbaru Kota | 2,26 |
| 9 | Sukajadi | 3,76 |
| 10 | Senapelan | 6,25 |
| 11 | Rumbai | 128,85 |
| 12 | Rumbai Pesisir | 157,33 |
| | Pekanbaru | 632,26 |

B. Letak Geografis

Kota pekanbaru secara geografis terletak antara 101o14'-101o34'

Bujur Timur dan 0o25-0o45 Lintang Utara. Dengan ketinggian berkisar antara 5-50meter dari permukaan laut. Wilayah bagian utara merupakan daratan landai dan bergelombang dengan ketinggian berkisaran antara 5-11 meter.

Dan dibelah oleh aliran Sungai Siak. Yang mengalir dari barat hingga ke timur dengan 527 km, lebar sungai 100-150 m dengan kedalaman 20-29 m, sungai ini juga berfungsi sebagai jalur pelayaran internasional (IMO) Internasional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maritime Organisation serta memiliki beberapa anak sungai seperti sungai ; Umban Sari, Sail, Air Hitam Sibam, Setukul, Kelulut, Pengambang, Ukai, Sago, Senapelan, Limau dan tampan.

Secara administrasi berbatasan langsung dengan kabupaten lain sbb

Tabel II.2
Batas Kota Pekanbaru

| No | Batas Wilayah | Kabupaten/Kota |
|----|-----------------|------------------------------------------|
| 1. | Sebelah Utara | Kabupaten Siak Dan Kabupaten Kampar |
| 2 | Sebelah Selatan | Kabupaten Kampar Dan Kabupaten Pelalawan |
| 3 | Sebelah Timur | Kabupaten Siak Dan Kabupaten Pelalawan |
| 4 | Sebelah Barat | Kabupaten Kampar |

Sumber : BPS Kota Pekanbaru 2019

1. Iklim dan Geologi

Iklim kota pekanbaru pada umumnya beriklim tropis dengan suhu udara maksimum berkisar antara 30,50 C – 33,70 C dan suhu minimum berkisar antara 21,60 C – 23,90 C. Curah hujan antara 26,1-34.14 mm pertahun dengan kelembahan rata-rata berkisar antara 69 – 81 %.

2. Kondisi Demografis

Masalah kependudukan dikota pekanbaru sama halnya seperti daerah lain di indonesia. Untuk mencapai manusia yang berkualitas dengan jumlah penduduk yang tidak terkendali akan sulit tercapai. Program kependudukan yang meliputi pengendalian kelahiran menurunkan tingkat kematian bagi bayi dan anak, perpajangan usia dan harapan hidup, penyebaran penduduk yang seimbang serta pengembangan potensi penduduk merupakan modal pembangunan yang harus ditingkatkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Jumlah Penduduk

Berikut adalah tabel jumlah penduduk Kota Pekanbaru pada tahun 2015-2019:

Tabel II.3
Jumlah Penduduk Kota Pekanbaru Tahun 2015-2019

| Tahun | Laki-laki (Jiwa) | Perempuan (Jiwa) | Jumlah (Jiwa) |
|-------|------------------|------------------|---------------|
| 2015 | 508.961 | 490.070 | 999.031 |
| 2016 | 521.678 | 578.377 | 1.100.015 |
| 2017 | 533.544 | 545.00 | 1.091.088 |
| 2018 | 2.955.088 | 3.119.012 | 6.074.647 |
| 2019 | 3.345.872 | 3.485.872 | 6.971.745 |

Sumber : BPS Kota Pekanbaru 2019

4. Ketenagakerjaan

Ketenagakerjaan di kota pekanbaru masalah penduduk tidak terlepas dari masalah ketenagakerjaan. Jika tingkat pertumbuhan penduduk tinggi, maka akan tinggi pula penyediaan tenaga kerja. Penawaran tenaga kerja yang tinggi tanpa dibagi dengan kesempatan kerja yang cukup tentunya akan menimbulkan pengangguran.

5. Agama

Agama dikota pekanbaru agama Islam merupaka salah satu agama yang dominan dianut oleh masyarakat kota pekanbaru, sementara pemeluk agama Kristen, Buddha, Katolik, dan Hindu juga terdapat dikota ini. Data yang dikumpulkan kementerian Agama menunjukkan bahwa pada tahun 2019 di kota pekanbaru terdapat masjid dan gereja.

Berdasarkan data BPS Kota Pekanbaru Tahun 2019 dapat dilihat bahwa pemeluk agama Islam 90%, kristen Protestan 4,2 %, Khatolik 2,3



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

%, Hindu 0,3%, Budha 3,1 %. Kota Pekanbaru merupakan kota dengan jumlah penduduk paling banyak diprovinsi Riau. Etnis Minang kabau merupakan masyarakat terbesar dengan jumlah sekitar 37,7% dari seluruh penduduk kota. Mereka umumnya sebagai pedagang dan telah menempatkan bahasa minang sebagai pengantar selain bahasa Melayu dan bahasa Indonesia. Selain orang-orang Minang, perekonomian kota banyak dijalankan oleh masyarakat Tionghoa.

6. Ekonomi

Posisi sungai siak sebagai jalur perdagangan pekanbaru telah memegang peranan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kota ini. Sektor perdagangan dan jasa saat ini menjadi andalan kota pekanbaru, yang terlihat dengan menjamurnya pembangunan ruko pada jalan-jalan utama kota ini. Selain itu, muncul beberapa pusat perblanjaan modern diantaranya Plaza Senapelan, Plaza Citra, Plaza Sukaramai, Mall Pekanbaru, Mall Ska, Mall Ciputra Seraya, Lotte Mart, Metropolitan Trade Center, The Center, Ramayana, lIving Word, Transmart dan Giant.

Pertumbuhan ekonomi pekanbaru tahun 2019 merupakan pertumbuhan produksi barang dan jasa di pekanbaru pada tahun 2019. Produksi tersebut diukur dalam nilai tambah yang diciptakan dari sektor-sektor ekonomi diwilayah bersangkutan yang secara total dikenal sebagai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Oleh karena itu, pertumbuhan ekonomi Kota Pekanbaru adalah sama dengan pertumbuhan PDRnya. Pengukuran pertumbuhan ekonomi suatu daerah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan persentase pertambahan PDRB pada tahun tertentu terhadap PDRB tahun sebelumnya.

PDRB disajikan dalam dua konsep harga, yaitu harga berlaku dan harga penghitungan pertumbuhan ekonomi menggunakan konsep harga konstan dengan tahun dasar tertentu, untuk mengeliminasi faktor kenaikan harga. Saat ini BPS menggunakan tahun dasar 2000. Pertumbuhan ekonomi yang dihitung dari PDRB hanya mempertimbangkan domestik, yang tidak diperdulikan kepemilikan faktor produksi. Berikut akan dijelaskan pada tabel 5 mengenai laju pertumbuhan dan kontribusi PDRB di kota pekanbaru pada tahun 2015-2019. Hampir semua sektor menunjukkan penurunan dibanding tahun sebelumnya namun demikian masih ada beberapa sektor mengalami peningkatan seperti sektor industri, listrik dan pertanian.

Pesatnya pertumbuhan penduduk dan pembangunan Kota Pekanbaru umumnya dan kecamatan Pekanbaru Kota Khususnya berdampak terhadap ekonomi masyarakat, Kota Pekanbaru merupakan salah satu Kota di Indonesia yang sedang berkembang dimana masyarakat Kota Pekanbaru hidup dengan mata pencarian yang beragam, kehidupan ekonomi masyarakat Kota Pekanbaru bermacam-macam, seperti pertanian, peternakan, perikanan, industri, transportasi, koperasi, keuangan, PNS, POLRI, TNI, pensiunan dan lain sebagainya.

7. Pendidikan

Pendidikan merupakan sarana untuk mencerdaskan kehidupan bangsa, oleh sebab itu atau tidaknya pembangunan banyak dipengaruhi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

oleh tingkat pendidikan penduduknya. Pada tahun 2016, jumlah sekolah, murid, guru dan kelas disemua tingkat sekolah dalam lingkungan depdikadud tidak banyak mengalami perubahan.

Bedasarkan data BPS Kota Pekanbaru tahun 2019 dapat dilihat bahwa rata-rata penduduk yang ada di Kota Pekanbaru lebih banyak menamatkan pendidikannya yaitu di tingkat SLTA yaitu dengan total 310.034 jiwa, sementara itu yang menamatkan pendidikan ditingkat SLTP 132.908 jiwa. Ditingkat perguruan tinggi sebanyak 91,918 jiwa, ditingkat SD sebanyak 79,221 jiwa dan yang tidak/ belum tamat SD sebanyak 17.471 jiwa.

C. Usaha Reklame di Jalan Seobrantas Tampan Pekanbaru

1. Sejarah Singkat Usaha Reklame di Jalan Soebrantas Tampan Pekanbaru

Usaha reklame di Jalan Seobrantas Panam Pekanbaru merupakan sebuah usaha yang diminati oleh masyarakat dan anak muda setempat, kalau kita amati sepanjang jalan itu dipenuhi oleh usaha reklame. Usaha ini berawal dari pada tahun 2009 yang dipelopori oleh panja dan keluarga. Sebelum memulai usaha ini beliau buka usaha sablon koas itu permintaan dari teman-teman kampus waktu kuliah di Unri Pekanbaru beliau adalah seorang pengangguran yang kemudian beliau mendapat bantuan pendidikan Reklamedi Pekanbaru. Setelah menyelesaikan pendidikannya, beliau menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama pendidikan dengan membuka usaha reklame kecil-kecilan yang bertempat di Jalan Soebrantas Tampan Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Usaha reklame yang dijalaninya diberi nama “blackpanpaint”. Pada saat itu beliau memperkerjakan 2 orang pekerja. Dalam usahanya ini, beliau menghasilkan produk yang dibutuhkan masyarakat, perusahaan dan perkantoran seperti spanduk, stempel, name tag, ID card, plakat, merk dan lain-lain. Hasilnya karya banyak diminati oleh perusahaan yang besar di Riau.

Setelah beberapa tahun berjalan sekitar tahun 2013 usaha ini sukses dan mulai berkembang, dimana pekerja yang awalnya bekerja dengan panja membuka usaha sendiri seperti hal yang telah dilakoni oleh marini yang membuka usaha reklame sendiri tahun 2015, dan masih banyak yang lainnya. Sehingga pada saat ini usaha reklame berkembang pesat dan saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan.³¹

Banyaknya pengusaha baru yang buka usaha reklame ini diduga mulai sejak tahun 2000 an karena sebelum itu usaha reklame ini tidak sebanyak sekarang, sekarang ditotalkan mungkin sekitar 20an kedai reklame yang ada disini, apalagi sekarang usaha ini ditunjang oleh alat elektronik seperti komputer untuk mendesain produk reklame dan mesin pencetak sehingga dengan demikian dapat mempermudah kegiatan dalam usaha ini. Berikut terdapat nama usaha reklame yang ada diJalan Soebrantas Tampan Pekanbaru. Contohnya, kilat digital, rawasari reklame, essi reklame, super risma advertising, reklame sablon, global inova advertising, percetakan karya bersama, new family print, dwan printing

³¹Bapak Panja (Pengusaha Reklame), *wawancara*, Tanggal 11 April 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

solutions, dhiya graphic, cipta wahana printing, sukses abadi, Hageka ADV.

Tabel II.4
Harga Standard Produk Reklame di Jalan Soebrantas Panam
Kota Pekanbaru

| No | Nama Produk | Harga |
|----|-------------|--------------------------------|
| 1 | Spanduk | Rp 25. 000,-/m |
| 2 | Banner | Rp 125.000,-/unit |
| 3 | Baliho | Rp 30.000,-/m |
| 4 | Stempel | Rp 25.000,-/unit |
| 5 | Name Tag | Rp 30.000,-/unit |
| 6 | Plakat | Rp 150.000,-/unit |
| 7 | Neon Box | Rp 1.200.000,-/m |
| 8 | Fiber Glass | Rp 300.000,-/unit |
| 9 | Merk | Rp 600.000,-/m |
| 10 | Prasati | Rp 5.000.000,-/ukuran 40x60 cm |
| 11 | Sablon | Rp 25.000 pcs |
| 12 | Id Card | Rp. 50.000 pcs |

Sumber: Data olahan

2. Kegiatan Usaha Reklame di Jalan Soebrantas Tampan Pekanbaru

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

3. Jumlah Pengusaha Reklame di Kecamatan Tampan Pekanbaru

Adapun jumlah pengusaha reklame Di Jalan Soebrantas Kecamatan Tampan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel II 5
Jumlah Pengusaha Reklame

| No | Nama Pemilik | Alamat |
|----|--------------------|-------------------------------------|
| 1 | Suresno Panja S.Pd | Jl.Hr. Soebrantas Tampan Pekanbaru |
| 2 | Kalvi Prakasa,ST | Jl.Hr.Soebrantas Tampan Pekanbaru |
| 3 | Defri Antoni | Jl.Hr.Soebrantas Tampan Pekanbaru |
| 4 | Roki Fernando | Jl.Hr. Soebrantas Tampan Pekanbaru |
| 5 | werry | Jl.Hr. Soebrantas Tampan Pekanbaru |
| 6 | Famly Owen | Jl.Hr. Soebrantas Tampan Pekanabru |
| 7 | Risma | Jl.Hr. Soebranatas Tampan Pekanbaru |
| 8 | Benny Meisa | Jl.Hr. Soebrantas Tampan Pekanbaru |
| 9 | Nur Taufik | Jl.Hr. Soebrantas Tampan Pekanbaru |
| 10 | Indra Jondri | Jl. Hr. Soebrantas Tampan Pekanbaru |
| 11 | Syahnan | Jl. Hr.Soebrantas Tampan Pekanbaru |
| 12 | Defri | Jl Hr.Soebrantas Tampan Pekanbaru |
| 13 | M. Arif | Jl. Hr Soebarantas Tampan Pekanbaru |
| 14 | Joni | Jl.Hr.Soebrantas Tampan Pekanbaru |
| 15 | Abdul | Jl.Hr Soebrantas Tampan Pekanbaru |

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel diatas di jelaskan bahwa jumlah pengusaha reklame di tersebar di kecematan tampan sebanyak 15 pengusaha.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Perilaku dan Etika

1. Pengertian Perilaku

Pengertian perilaku adalah suatu fungsi dari interaksi antara individu dengan lingkungannya. Dari pengertian perilaku tersebut, dapat kita ketahui bahwa perilaku tidak dapat dipisahkan dari individu itu sendiri dengan tempat individu yang berada.

Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan. Dengan perkataan lain, perilaku kita pada umumnya dimotivasi oleh suatu keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Kesatuan dasar perilaku adalah sebuah aktivitas sebenarnya semua perilaku merupakan suatu seri aktivitas.³²

Perilaku diartikan sebagai suatu aksi-reaksi organisme terhadap lingkungannya. Perilaku baru terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni yang disebut rangsangan. Berarti rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi atau perilaku tertentu.

Perilaku wirausaha dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor itu adalah hak kepemilikan, kemampuan kompetensi dan insentif sedangkan faktor eksternalnya meliputi lingkungan. Dengan demikian sikap dan perilaku dapat dirubah oleh diri sendiri dan atau oleh adanya tekanan atau pengaruh lingkungan. Adanya dari luar lingkungan bergaul maka tumbuhlah sikap dan perilaku individu yang spesifik.

³² Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 371.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faktor yang mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku antara lain adalah efisiensi, perubahan lingkungan, perubahan sosial, persaingan, perubahan teknologi, perubahan minat. Perilaku merupakan kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi. Sering tidak disadari bahwa interaksi tersebut sangat kompleks.

2. Pengertian Etika

Etika berasal dari kata *ethos* (bahasa Yunani kuno) yang berarti kebiasaan/ adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berfikir.³³ Kita sering bingung membedakan antara moralitas dengan etika.³⁴ Istilah etika, secara teoritis dapat didedakan dalam dua hal pengertian. Pertama, etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang artinya kebiasaan (custom) karakter (character). Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Kedua, secara terminologis 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. Dalam Islam, istilah yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika didalam Al-Qur'an adalah *khuluq*. Al-*khuluq* dari kata dasar *khaluqa- khuluqun* yang berarti tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, kesatriaan, kepawiraan.³⁵

³³ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta, 2016), h. 48.

³⁴ Sofyan S. *Harapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 17

³⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, tth), h. 38.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Secara etimologi kata “etika” berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua kata yaitu *Ethos* dan *Ethikos*. *Ethos* berarti sifat, watak kebiasaan, tempat yang biasa. *Ethikos* berarti susila, keadaan, kelakuan dan perbuatan yang baik.³⁶ Istilah moral berasal dari kata Latin yaitu *mores*, yang merupakan bentuk jama’ dari *mos*, yang berarti adat istiadat atau kebiasaan watak, kelakuan, tabiat dan cara hidup.³⁷ Sedangkan dalam bahasa Arab kata etika dikenal dengan istilah *akhlak*, artinya budi pekerti. Sedangkan dalam bahasa Indonesia disebut tata susila.³⁸

K Bertens dalam buku etikanya menjelaskan lebih jelas lagi. Etika berasal dari bahasa Yunani kuno. Kata Yunani *ethos* dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti: tempat tinggal yang biasa; padang rumput; kandang; kebiasaan, adat; akhlak, watak; perasaan, sikap, cara berfikir. Dalam bentuk jamak artinya adalah adat kebiasaan. Dalam arti ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, tata cara hidup yang baik, baik pada diri seseorang atau kepada masyarakat. Kebiasaan hidup yang baik ini dianut dan diwariskan dari satu generasi ke generasi lain.

Kebiasaan hidup yang baik ini lalu dibekukan dalam bentuk kaidah, aturan atau norma yang disebarluaskan, dikenal, dipahami, dan diajarkan secara lisan dalam masyarakat. Kaidah, norma atau aturan ini pada dasarnya, menyangkut baik-buruk perilaku manusia. Atau, etika dipahami sebagai ajaran yang berisikan perintah dan larangan tentang

³⁶ Lorens Bagus, *Kamus Filsafat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000), h. 217.

³⁷ *Ibid*, h. 672.

³⁸ Hasbullah Bakry, *Sistematika Filsafat*, (Jakarta: Wijaya, 1978), h.9.



baik-buruknya perilaku manusia, yaitu perintah yang harus dipatuhi dan larangan yang harus dihindari.³⁹

Etika sering diidentikan dengan moral (atau moralitas). Namun, meskipun sama-sama terkait dengan baik-buruk tindakan manusia, etika dan moral memiliki perbedaan pengertian. Moralitas lebih condong pada pengertian nilai baik dan buruk dari setiap perbuatan manusia itu sendiri, sedangkan etika berarti ilmu yang mempelajari tentang baik dan buruk. Jadi bisa dikatakan, etika berfungsi sebagai teori tentang perbuatan baik dan buruk. Dalam filsafat terkadang etika disamakan dengan filsafat moral.⁴⁰

Etika membatasi dirinya dari disiplin ilmu lain dengan pertanyaan apa itu moral? Ini merupakan bagian terpenting dari pertanyaan-pertanyaan seputar etika. Tetapi disamping itu tugas utamanya ialah menyelidiki apa yang harus dilakukan manusia. Semua cabang filsafat berbicara tentang yang ada, sedangkan filsafat etika membahas yang harus dilakukan.⁴¹

Secara terminologi etika bisa disebut sebagai ilmu tentang baik dan buruk atau kata lainnya ialah teori tentang nilai. Dalam Islam teori nilai mengenal lima kategori baik buruk, yaitu baik sekali, baik, netral, buruk dan buruk sekali. Nilai ditentukan oleh Tuhan, karena Tuhan adalah Maha Suci yang bebas dari noda pun jenisnya.⁴²

³⁹ Keraf. A. Sonny, *Etika Lingkungan*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2002), h. 2

⁴⁰ Haidar Baqir, *Buku Saku Filsafat Islam*, (Bandung: Mizan, 2005), h. 189-190.

⁴¹ KB Ertens, *Etika*, (Jakarta: Gramedia, 1993), h.27

⁴² Sarwoko, *Pengantar Filsafat Ilmu Keperawatan*, (Jakarta : Salemba Empat), h.80

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Etika juga disebut ilmu normatif, karena didalamnya mengandung norma dan nilai-nilai yang dapat digunakan dalam kehidupan. sebagian orang menyebut etika dengan moral dan budi pekerti ilmu etika adalah ilmu yang mencari keselarasan perbuatan-perbuatan manusia dengan dasar yang sedalam-dalamnya. Yang diperoleh dengan akal budi manusia.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), filsafat etika adalah.

- a. Ilmu tentang apa yang dianggap buruk dan tentang hak dan kewajiban moral.
- b. Kemampuan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak.
- c. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.⁴³

Jadi, filsafat etika adalah cabang ilmu filsafat yang mempelajari tingkah laku manusia yang baik dan buruk. Dasar filsafat etika yaitu etika individual sendiri.

Menurut hukum etika, suatu perbuatan itu dinilai dari 3 tingkat, yaitu:

- a. *Tingkat pertama*: semasa belum lahir menjadi perbuatan, yakni berupa rencana dalam hati dan niat.
- b. *Tingkat kedua*: perbuatan nyata atau pekerti
- c. *Tingkat ketiga*: akibat atau hasil dari perbuatannya itu baik atau buruk.⁴⁴

⁴³ Soegiono, Tamsil, *Filsafat Pendidikan Teori Dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), h. 89.

⁴⁴ Burhanuddin Salam, *Etika Individual*, (Jakarta: Asdi Maha Satya, 2000), h. 111.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dapat disimpulkan bahwa etika adalah suatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan suatu keburukan, melakukan hak kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan segala sesuatu dengan penuh tanggung jawab. Sedangkan dalam Islam etika adalah akhlak seorang muslim dalam melakukan semua kegiatan termasuk dalam bidang bisnis.⁴⁵

3. Macam-Macam Etika

Dalam menelaah ukuran baik buruk suatu tingkat laku yang ada dalam masyarakat kita bisa menggolongkan etika, yakni terdapat dua macam etika yaitu.

a. Etika deskriptif

Etika deskriptif merupakan usaha menilai tindakan atau perilaku berdasarkan pada ketentuan atau norma baik buruk yang tumbuh dalam kehidupan bersama didalam masyarakat. Kerangka etika ini pada hakikatnya menempatkan kebiasaan yang sudah ada didalam masyarakat sebagai acuan etis atau tidak. Tergantung pada kesesuaiannya dengan yang dilakukan kebanyakan orang.

Etika deskriptif mempunyai dua bagian yang sangat penting. Yang pertama ialah sejarah kesusilaan. Bagian ini timbul apabila orang menerapkan metode historik dalam etika deskriptif. Dalam hal ini yang diselidiki adalah pendirian-pendirian mengenai baik dan buruk, norma-norma kesusilaan yang pernah berlaku, dan cita-cita kesusilaan yang

⁴⁵ Veithzal Riva'i Amir Nurddin, Faisar Ananda, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 2-3.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dianut oleh bangsa-bangsa tertentu apakah terjadi penerimaan dan bagaimana pengolahannya. Perubahan-perubahan apakah yang mempengaruhinya, dan sebagainya. Sehingga bagaimana pun sejarah etika penting juga bagi sejarah kesusilaan.⁴⁶

b. Etika normatif

Kelompok ini mendasarkan diri pada sifat hakiki kesusilaan bahwa di dalam perilaku serta tanggapan-tanggapan kesusilaannya. Etika menetapkan bahwa manusia menjadikan norma-norma kesusilaan sebagai panutannya. Etika menetapkan bahwa manusia memakai norma-norma sebagai panutannya, tetapi tidak memberikan tanggapan mengenai kelayakan ukuran-ukuran kesusilaan. Sah atau tidaknya norma-norma tetap tidak dipersoalkan yang diperhatiakn hanya berlakunya.⁴⁷

Etika normatif tidak dapat sekedar melukis susunan-susunan formal kesusilaan. Ia menunjukkan perilaku manakah yang baik dan perilaku manakala yang buruk. Yang demikian ini kadang-kadang yang disebut ajaran kesusilaan. Yang pertama senantiasa merupakan etika material. Etika normatif memperhatikan kenyataan-kenyataan, yang tidak dapat ditangkap dan diverifikasi secara empirik.⁴⁸

⁴⁶ H. De Vos, *Pengantar Etika*, (Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 1987), h.8.

⁴⁷ *Ibid*, h. 10

⁴⁸ *Ibid*, h. 12

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Etika deontologi

Etika deontologi adalah suatu tindakan dinilai baik buruk berdasarkan apakah tindakan itu sesuai atau tidak dengan kewajiban. Dengan kata lain, suatu tindakan dianggap baik karena tindakan itu memang baik pada dirinya sendiri, sehingga merupakan kewajiban yang harus kita lakukan. Sebaiknya suatu tindakan dinilai buruk secara moral sehingga tidak menjadi kewajiban untuk kita lakukan. Bersikap betindak demikian.

Etika deontologi sama sekali tidak mempersoalkan akibat dari tindakan tersebut: baik dan buruk. Akibat dari suatu tindakan tidak pernah diperhitungkan untuk menentukan kualitas moral suatu tindakan. Atas dasar itu, etika deontologi sangat menekankan motivasi, kemauan baik dan watak yang kuat untuk bertindak sesuai dengan kewajiban.⁴⁹

d. Etika teleologi

Etika teleologi menilai baik buruk suatu tindakan berdasarkan tujuan atau akibat dari tindakan tersebut. Suatu tindakan dinilai baik kalau bertujuan baik dan mendatangkan akibat baik. Jadi terhadap pertanyaan, bagaimana harus bertindak dalam situasi kongkret tertentu, jawaban teleologi adalah pilihlah tindakan yang membawa akibat baik.

Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa etika teleologi lebih bersifat situasional dan subyektif. Kita bertindak berbeda dalam situasi

⁴⁹ Keraf. A.Sonny *Etika Lingkungan*, (Jakarta: Kompas,2002),h.8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang lain tergantung dari penilaian kita tentang akibat dari tindakan tersebut. Demikian pula, suatu tindakan yang jelas-jelas bertentangan dengan norma dan nilai norma

bisa dibenarkan oleh kita teleologi hanya karena tindakan itu membawa akibat yang baik.⁵⁰

e. Etika keutamaan

Etika keutamaan tidak mempersoalkan akibat suatu tindakan. Juga, tidak mendasarkan penilaian moral pada kewajiban terhadap hukum moral universal. Etika keutamaan lebih mengutamakan pengembangan karakter moral pada diri setiap orang.

Etika keutamaan sangat menghargai kebebasan dan rasionalitas manusia, karena pesan moral hanya disampaikan melalui cerita dan teladan hidup para tokoh lalu membiarkan setiap orang untuk menangkap sendiri pesan moral itu. Juga setiap orang membiarkan untuk menggunakan akal budinya untuk menafsirkan pesan moral itu. Artinya terbuka kemungkinan setiap orang mengambil pesan moral yang khas bagi dirinya, dan melalui itu kehidupan moral menjadi sangat kaya oleh berbagai penafsiran.⁵¹

B. Sumber Hukum Perilaku dan Etika Berusaha

1. Sumber Hukum Perilaku

Hukum perilaku mengacu pada dua sumber utama yaitu al-Qur'an dan al-Hadish. Dua sumber ini lah yang mengarahkan semua perilaku

⁵⁰ *Ibid*, h. 15.

⁵¹ Juhaya S. Praja, *Aliran-Aliran Filsafat dan Etika*, (Jakarta: Kencana, 2010), h.10.

individu atau kelompok dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau aktivitas umat Islam. Maka dalam aktivitas berbisnis para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, sehingga dalam menjalankan bisnis selalu mengikuti aturan yang telah diterapkan oleh Islam atau juga dikenal dengan etika.

Sistem etika islam merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pandangan hidup islami. Maka sistem ini bersifat sempurna. Dalam kaidah perilaku individu suatu kedailan atau keseimbangan. Sebagaimana Allah berfirman dalam Al-Qur'an Al-Baqarah ayat 143:

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ
 الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ۗ وَمَا جَعَلْنَا الْقِبْلَةَ الَّتِي كُنْتَ عَلَيْهَا إِلَّا لِنَعْلَمَ
 مَنْ يَتَّبِعِ الرَّسُولَ مِمَّنْ يَنْقَلِبُ عَلَىٰ عَقْبَيْهِ ۗ وَإِنْ كَانَتْ لَكَبِيرَةً إِلَّا عَلَى
 الَّذِينَ هَدَىٰ اللَّهُ ۗ وَمَا كَانَ اللَّهُ لِيُضِيعَ إِيمَانَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ بِالنَّاسِ
 لَرَءُوفٌ رَّحِيمٌ ﴿١٤٣﴾

Artinya : Dan demikian (pula) kami Telah menjadikan kamu (umat Islam), umat yang adil dan pilihan. agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu. dan kami tidak menetapkan kiblat yang menjadi kiblatmu (sekarang) melainkan agar kami mengetahui (supaya nyata) siapa yang mengikuti Rasul dan siapa yang membelot. dan sungguh (pemindahan kiblat) itu terasa amat berat, kecuali bagi orang-orang yang Telah diberi petunjuk oleh Allah; dan Allah tidak akan menyia-nyiakan imanmu. Sesungguhnya Allah Maha Pengasih lagi Maha Penyayang kepada manusia.(QS.Al-Baqarah:143)⁵²

⁵²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: PT.Sigma Examedia Arkanleema,2009),h.22

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ayat diatas menjelaskan bahwa umat islam dijadikan umat yang adil, karena mereka akan menjadi saksi atas perbuatan orang yang menyimpang dari kebenaran baik di dunia maupun di akhirat.

Pekerjaan berdagang menjual barang atau jasa kebanyakan masyarakat berdagang seseorang selalu mencari laba besar. Jika ini menjadi tujuan usahanya, maka sering kali mereka menghalalkan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam hal ini sering terjadi perbuatan negatif yang akhirnya menjadi kebiasaan. Karena dalam anggapan masyarakat, pekerjaan berdagang dilakukan penuh dengan penipuan dan ketidak jujuran.⁵³

Dalam ayat lain, Allah juga menganjurkan untuk berlaku adil. Karena keadilan itu sendiri adalah fondasi kokoh yang memasuki semua aspek ajaran berupa aqidah, syariah, dan akhlak. Sebagaimana Allah berfirman:

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

Artinya : *Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.(QS.An-Nahl: 90)*⁵⁴

Ayat diatas menunjukkan bahwa masalah keadilan berkaitan secara timbal balik dengan kegiatan bisnis. Khususnya bisnis yang baik dan etis.

Di suatu pihak terwujudnya keadilan dalam masyarakat akan melahirkan

⁵³ Buchari Alma, *Ajaran islam dalam bisnis*, (Bandung: Al-Fabeta,1994),h.2.

⁵⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*,(Bandung: PT.Syigma Examedia Arkanleema,2009),h.277

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kondisi yang baik dan kondusif bagi keberlangsungan bisnis yang baik dan sehat. Etis dan baik, akan mewujudkan keadilan dalam masyarakat. Sebaliknya ketidakadilan tidak ada lagi. Tidak mengherankan bahwa sekarang keadilan selalu menjadi salah satu topik penting dalam etika bisnis khususnya etika bisnis Islam.⁵⁵

Jadi perilaku yang Etis ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah SWT dan menjauhi larangannya. Dalam Islam, banyak dinyatakan dalam Al-Qur'an dan Hadis tentang cara berbuat baik kepada sesama muslim diantaranya adalah sabda Nabi SAW yang berbunyi:

عَنْ أَبِي ذَرٍّ قَالَ، قَالَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اتَّقِ اللَّهَ حَيْثُمَا كُنْتَ، وَأَتَّبِعِ السَّبِيَّ
تَمَحُّهَا، وَخَالِقِ النَّاسَ بِخُلُقٍ حَسَنٍ (رواه الترمذی)

Artinya:” Dari Abu Dzar Berkata, bahwasanya Rasulullah bersabda, Bertakwalah engkau kepada Allah dimana pun engkau berada. Iktilah (perbuatan) yang buruk dengan (perbuatan) yang baik, niscaya perbuatan yang baik itu akan menghapus perbuatan yang buruk dan, gaulilah manusia dengan budi pekerti yang baik. (HR-Tirmidzi)⁵⁶

Pemakaian istilah Etika disamakan dengan Akhlak, adapun persamaannya terletak pada objeknya, yaitu keduanya sama-sama membahas baik buruknya tingkah laku manusia. Namun segi perbedaannya Etika merupakan cabang dari filsafat yang bertitik tolak dari akal pikiran, sedangkan Akhlak merupakan suatu ilmu pengetahuan yang mengajarkan mana yang baik dan mana yang buruk, berdasarkan ajaran Allah dan Rasul.⁵⁷

⁵⁵ Sony Keaf, *Etika Tuntutan dan Relevansinya*, (Jakarta:Grafindo, 2001,) h.138

⁵⁶ At-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidzi*, (Beirut: Dar-Al Kotob Al-Ilmiyah,1987), h.355

⁵⁷ Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: CV.Alfabeta,2003)Cet.Ke-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Etika Berusaha

Etika berusaha adalah aturan- aturan yang menegaskan suatu usaha boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Jika suatu usaha melanggar aturan-aturan tersebut maka saksi akan diterima dan saksi tersebut dapat terbentuk langsung tidak langsung.⁵⁸

Dengan ada aturan-aturan yang mengatur tentang kegiatan usaha, maka para pelaku usaha tidak akan bertindak bebas pada saat melakukan aktivitas bisnis, sehingga etika dalam berusaha sangatlah diperlukan untuk keberlangsungan suatu kegiatan usaha yang dapat berlaku adil, jujur, dan saling menguntungkan.

Sebagai cabang dari filsafat etika, maka etika berusaha tidak lain merupakan penerapan prinsip-prinsip etika dengan pendekatan filsafat dalam kegiatan dan program usaha. Landasan yang digunakan dalam hal ini adalah prinsip-prinsip, nilai dan norma moral yang terwujud dalam sikap dan perangai (akhlak) para pelaku bisnis dalam penyelenggaraan usaha bisnisnya dengan menjunjung tinggi partisipasi bisnisnya.⁵⁹

3. Prinsip-Prinsip Etika Berusaha

Dalam hukum Islam juga disebutkan bagaimana prinsip-prinsip dalam berusaha. Etika usaha Islami merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan al-Qur'an, al-Hadits, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqih. Terdapat enam prinsip etika usaha Islami:⁶⁰

⁵⁸ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 3.

⁵⁹ Erni R Ernawan, *op.cit*, h. 21.

⁶⁰ *Ibid*, h. 40.



- a. Prinsip tauhid yang memadukan semua aspek kehidupan manusia, sehingga antara etika dan bisnis terintergrasi, baik secara vertikal (*hablumminallah*) maupun secara horizontal (*hablumminannas*). Sebagai manifestasi dari prinsip ini, para pelaku bisnis tidak akan melakukan diskriminasi diantara pekerja, dan akan menghindari praktik-praktik bisnis haram atau yang melanggar ketentuan syariah.
- b. Prinsip pertanggung jawaban. Manusia bertindak berdasarkan pemikiran dan kesadarannya sendiri mengenai apa yang seharusnya dilakukan untuk mendapatkan penghasilan dengan cara memproses potensi sehingga menjadi produk yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Para pelaku usaha harus bisa mempertanggung jawabkan segala aktivitas bisnisnya, baik kepada Allah SWT maupun kepada pihak- pihak yang berkepentingan untuk memenuhi tuntutan keadilan.
- c. Prinsip keseimbangan atau keadilan. Keadilan adalah persyaratan mutlak dalam berbisnis. Adil berarti bahwa seseorang harus diperlakukan sesuai haknya. Sistem ekonomi dan bisnis harus sanggup menciptakan keadilan dalam kehidupan bermasyarakat.
- d. Prinsip kebenaran. Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditujukan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditujukan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun.
- e. Persaudaraan dan bersamaan. Tidak ada tempat bagi seorang pebisnis untuk melakukan diskriminasi karena perbedaan ras ataupun suku. Persaingan dilakukan secara sehat demi kesejahteraan seluruh umat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Ketelusan hati. Ketelusan biasanya dilandasi oleh komitmen yang mendorong batin seseorang untuk mengerjakan atau tidak mengerjakan sesuatu pengaruh dari sikap yang tulus dalam berbisnis dapat menghasilkan kegiatan yang lebih efisien dan meningkatkan produktivitas.

C. Persaingan dan Sumber Hukumnya

1. Pengertian Persaingan

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition*, yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi, sedangkan dalam kamus besar manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga, iklan atau promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar.⁶¹

Menurut kamus besar bahasa Indonesia persaingan adalah suatu perjuangan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang tertentu, agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif.

Dalam persaingan mengenal istilah “pesaing” yaitu perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang di tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing

⁶¹ B. N. Maribun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2013), h. 34

yang dekat yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip.⁶²

Persaingan bisnis dalam etika bisnis Islam adalah sebuah konsep persaingan yang menganjurkan para pembisnis untuk bersaing secara positif (*fastabiqul khairat*) dengan memberikan kontribusi yang baik dari bisnisnya bukan untuk menjatuhkan pembisnis lainnya dan menganjurkan pembisnis untuk tidak merugikan dan memudharatkan pembisnis lainnya. Islam juga memberikan konsep untuk tidak melakukan persaingan dalam hal mendapatkan kekayaan sebanyak-banyaknya tanpa menghiraukan nilai-nilai Islami. Karena itu akan membuatnya lalai hingga lupa dengan kewajibannya sebagai hamba Allah. Oleh karena itu, penting sekali bagi pembisnis muslim untuk memahami konsep persaingan yang dianjurkan dalam Islam agar tidak terjatuh persaingan yang tidak sehat.⁶³

2. Landasan Hukum Persaingan

Landasan hukum persaingan bisnis adalah Undang- Undang Republik Indonesia nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat.⁶⁴

Dalam al-Qur'an juga dijelaskan tentang persaingan, terhadap pada surat al-Baqarah ayat 148 yang berbunyi:

⁶² Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 279.

⁶³ Franz Magnis Suseno, *Etika Bisnis Islam: Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Gramedia 1994), h. 55-56.

⁶⁴ Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ
 اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya: Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadapkan kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan, dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat), sesungguhnya Allah Maha atas segala sesuatu. (QS. al-Baqarah: 148).

Dalam hadits juga dijelaskan persaingan dalam berbisnis

عن ابن عباس قال: نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيع العَرَرِ

Artinya: Dari Ibnu Abbas, ia berkata: Rasalullah SAW telah melarang untuk melakukan jual beli yang licik (menipu).⁶⁵

Berdasarkan ayat dan hadist diatas maka dengan jelas sebagai pebisnis untuk besegera dalam melakukan kebaikan mendorong manusia untuk saling bersaing dan berlomba-lomba dalam kabaikan. Sikap ini akan melahirkan persaingan dalam melakukan kebaikan. Persaingan ini sering disebut persaigan positif (*fataqikul khairat*), al-Qur ‘an menganjurkan para pebisnis muslim dianjurkan untuk memberikan kontribusi yang baik dalam persaingannya dan berusaha menghadapi persaingan denga tidak merugikan atau memudharat orang lain. Selain itu juga, harus berprinsip bahwa persaingan bukanlah usaha untuk menjatuhkan pebisnis lainnya melaikan sebagai usaha untuk memberikan yang terbaik dari bisnisnya. Dengan berprinsip demikian para pesaing tidak menjadikan dirinya serakah, dengan berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan duniawi

⁶⁵ Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), h. 316.



sebanyak-banyaknya. Karena sikap demikian akan menjadikan manusia lalai dan lengah.

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 lapangan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat. Keduanya, praktik monopoli dan persainag usaha tidak sehat adalah yang berbeda.⁶⁶

Praktek monopoli pemusatan kekuatan ekonomi oleh salah satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum sedangkan persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasarn barang dan jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.⁶⁷

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

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.

⁶⁶ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Raja Graffindo Persada, 2010), h.7.

⁶⁷ Seri Kumpulan dan Putusan, *Persaingan Usaha*, (Jakarta: Dian Rakyat, 2003),h. 14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. 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.
- c. Mencegah praktik monopoli dan atau pesaingan usaha tidak sehat yang menimbulkan pelaku usaha dan
- d. Terciptanya efektivitas dalam kegiatan usaha.⁶⁸

Dalam hukum persaingan usaha terdapat kata “monopoli” dan praktek monopoli”. Monopoli adalah pengusaha atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau 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 dalah persaingan antara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.⁶⁹

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

⁶⁸ *Ibid*, h. 20

⁶⁹ Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Kencana 2008), h.160.

- a. 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.
- b. Adanya keuntungan (*profit*) diatas 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.
- c. Terjadi eksploitasi terhadap konsumen karena tidak adanya hak pilih konsumen atas produk. Produsen akan seenaknya mendapatkan kualitas suatu produk tanpa dikaitkan dengan biaya yang dikeluarkan. Eksploitasi ini juga akan menimpa karyawan dan buruh yang sewenang-wenang tanpa memperhatikan ketentuan yang berlaku.
- d. Terjadi ketidak ekonomian dan ketidak efesienan yang akan dibebankan kepada konsumen dalam menghasilkn suatu produk karena perusahaan monopoli cenderung tidak beroperasi pada average cost yang minimum.
- e. Adanya *entry barrier* dimana perusahaan lain tidak dapat masuk kedalam bidang usaha perusahaan monopoli tersebut karena penguasaan pangsa pasarnya yang besar. Perusahaan-perusahaan kecil tidak menemui ajalnya satu persatu.
- f. Pendapatan menjadi tidak merata karena sumber dana dan modal akan tersedot kedalam perusahaan monopoli. Masyarakat banyak harus berbagi dengan banyak orang bagian yang sangat kecil. Sementara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan monopoli dengan sedikit orang akan menikmati bagian yang lebih besar.⁷⁰

3. Pengertian Islam

Dari segi bahasa, Islam berasal dari bahasa arab *salima* yang kemudian dibentuk menjadi *aslama*. Dari kata inilah kemudian dibentuk menjadi kata Islam. Dengan demikian, Islam dari segi bahasa adalah bentuk isim mashdar (*infinitif*) yang berarti berserah diri, selamat sentosa atau memelihara diri dalam keadaan selamat. Pengertian tersebut telah memperlihatkan bahwa Islam berkaitan dengan sikap berserah diri kepada Allah SWT dalam upaya memperoleh keridhoan-Nya. Seseorang yang bersikap sebagaimana dimaksud oleh perkataan Islam tersebut disebut muslim, yaitu menyatakan dirinya untuk taat, berserah diri, patuh dan tunduk dengan ikhlas kepada Allah.

Selanjutnya Allah menggunakan Islam untuk nama salah satu agama yang diturunkan-Nya kepada Nabi Muhammad SAW. Dalam hubungan ini Harun Nasution mengatakan bahwa Islam adalah agama yang ajarkan-ajarkan yang diwahyukan Tuhan kepada manusia melalui Nabi Muhammad SAW sebagai rasul. Islam, lebih lanjut dikatakan Harun Nasution adalah agama sepanjang sejarah manusia. Islam adalah agama seluruh Nabi dan Rasul yang pernah diutus oleh Allah, kepada bangsa-bangsa dan kelompok manusia, Islam itulah agama yang dibawa oleh nabi

⁷⁰ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Seri Hukum Bisnis: Anti Monopoli*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h.30.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adam, Ibrahim, Yakub, Musa dan Nabi-nabi lainnya. Hal ini antara lain difahami dari informasi yang diberikan oleh al-Qur'an.⁷¹

Dalam dataran konsepsi ideal, Islam diyakini sebagai agama yang memiliki ajaran sempurna, komprehensif, dan universal. Menurut penafsiran sebagai cendekiawan, ajaran Islam memuat semua sistem ilmu pengetahuan. Tidak ada dikotomi dalam sistem keilmuan Islam.⁷²

Islam adalah sistem kehidupan (*way of life*) yang mana Islam telah menyediakan berbagai perangkat petunjuk bagi kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi.⁷³

4. Sumber Reklame

Dalam dunia informasi sekarang ini, periklanan luar ruangan (*outdoor*) atau bisa disebut dengan reklame mengalami berbagai macam inovasi untuk menjadi alternatif media pemasaran yang efektif. Berbagai ragam bentuk dan cara pemasangan serta penempatan reklame. Pemasangan reklame juga mengalami pasang-surut sesuai perkembangan ekonomi dan munculnya media baru dalam pemasangan iklan.⁷⁴

Menurut KBBI, reklame adalah pemberitahuan kepada umum tentang barang dagangan, dengan pujian atau gambar dan sebagainya, dengan tujuan agar dagangan tersebut lebih laku.⁷⁵

⁷¹ Abuddin Nata, *Filsafat Pendidikan Islam*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2005), h. 11

⁷² Jasa Ungguh Muliawan, *Pendidikan Islam Intergartif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h. 1.

⁷³ Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 13.

⁷⁴ Frank Jefkins, *Periklanan*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 126.

⁷⁵ Reklame, dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) Online, 11 Januari 2020.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Secara etimologi, reklame berasal dari bahasa spanyol yaitu *re* dan *clamos*, sedangkan menurut bahasa latin adalah *re* dan *clame*. *Re* artinya berulang-ulang sedangkan *clame* atau *clamos* artinya berteriak, sehingga secara bahasa reklame adalah suatu teriakan/ seruan yang berulang-ulang, atau memeriakkan sesuatu secara berulang-ulang.⁷⁶

Pengertian reklame menurut Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame Kota Pekanbaru menyatakan bahwa, reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan diatur didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintahan.⁷⁷

Dari pengertian reklame di atas, maka definisi izin reklame secara sederhana adalah izin yang dikeluarkan pemerintah daerah untuk penyelenggaraan reklame.⁷⁸

Menurut W.H Van Baarle dan F.E Holannder, reklame adalah suatu kekuatan yang menarik yang ditujukan kepada kelompok tertentu untuk membelinya. Hal ini dilaksanakan oleh produsen atau pedagang

⁷⁶ Muhammad Jaiz, *Dasar-Dasar Periklanan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 1

⁷⁷ Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame

⁷⁸ Maribot Siahaan, *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h.324.



agar dengan demikian dapat dipengaruhi penjual barang-barang atau jasa dengan cara yang menguntungkan dirinya sendiri.⁷⁹

Berdasarkan pengertian reklame, mendefinisikan bahwa keberadaan reklame mencakup dua demsi yang diuraikan sebagai berikut:

- a. Dimensi informasi yang mengandung aspek ekonomi dan bersifat nonfisik, reklame adalah suatu pesan yang merupakan sarana promosi barang dan jasa dengan menyewa ruang dan waktu dari media luar ruangan.
- b. Dimensi keruangan yang mengandung aspek tata ruang dan bersifat fisik. Reklame merupakan suatu benda yang mengisi ruang perkotaan sehingga merupakan bagian “asesoris” perkotaan.

Reklame mempunyai dua unsur, yaitu unsur internal dan unsur eksternal. Unsur internal adalah pesan yang disampaikan kepada khalayak menyangkut isi, tata penyampaian, dan pengiklanan. Sedangkan unsur eksternal adalah kondisi yang ada dalam penyampaian pesan tersebut, seperti profil khalayak, lingkungan, dan konteks waktu. Reklame termasuk media iklan luar ruang, sehingga penempatannya biasanya berada ditengah kota, dengan mempertinbangan kepadatan orang yang melalui reklame tersebut. Pertimbangan lokasi reklame menjadi hal penting, lokasi yang diminati yaitu lokasi yang banyak dilalui dan banyak dilihat orang. Menurut Hamid dan budianto, reklame di pilih sebagai media iklan karena mempunyai beberapa keunggulan:⁸⁰

⁷⁹ Winardi, *Promosi dan Reklame*, (Bandung: Mandar Maju, 1992), h.1.

⁸⁰ Farid Hamid dan Heri Budianto, *Ilmu Komunikasi Serba Ada dan Tantangan Masa Depan*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011),h. 194.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Jangkauan luas, pesan dapat disampaikan ke semua segmen masyarakat.
- b. Durasi penayangan yang lebih lama dari media lainnya, dapat mencapai bulanan bahkan tahunan.
- c. Tidak ada biaya langsung yang ditanggung konsumen.
- d. Mempunyai potensi untuk menarik perhatian melalui ukuran dan warna media yang mencolok.
- e. Adanya efek pengulangan pesan (*repeated message*).

Ukuran reklame yang digunakan dewasa ini, sangat bervariasi, mulai dari ukuran uang kertas yang kecil sampai yang sangat besar seperti yang sering ditemui di tanah kosong atau papan buletin yang dipasok dipusat-pusat perbelanjaan. Variasi ukuran hanya merupakan salah satu karakteristik reklame. Secara umum karakteristik media periklanan yaitu ukuran yang relatif besar dan mendominasi pemandangan dan mudah menarik perhatian, warna, gambar dan pemandangan yang realitas memudahkan untuk mengingat produk, pesan-pesan singkat dicetak dengan huruf berukuran besar agar bisa dilihat dari kejauhan dan efek mencolok untuk menciptakan kesan atau ingatan melalui penebalan, warna, ukuran dan pengulangan.⁸¹

⁸¹ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h.20.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian di atas tentang perilaku persaingan antara pengusaha reklame menurut perspektif ekonomi syariah (studi pada usaha reklame di Jalan Soebrantas Tampan Kota Pekanbaru) dapat diambil kesimpulan.

1. Adapun Perilaku persaingan antara pengusaha reklame di dapat hasil bahwa ada beberapa persaingan yang terjadi yaitu : persaingan produk, persaingan dalam bentuk pelayanan, dan adanya persaingan harga.
2. Faktor-faktor pendorong dalam menghadapi persaingan usaha reklame, mempunyai prospek yang baik, kualitas produk, lokasi yang strategis dan adanya teknologi. Sedangkan faktor penghambat keterbatasan modal, kurangnya tenaga professional, kurangnya wawasan dalam bisnis reklame dan kurangnya perhatian pemerintah.
3. Tinjauan ekonomi syariah tentang perilaku persaingan antara pengusaha reklame di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru tidak sesuai ekonomi syariah, di dapat temuan bahwa dalam prakteknya terjadi persaingan usaha yang tidak sehat yaitu dengan cara menjatuhkan harga. Namun, didalam ekonomi islam Persaingan yang diperbolehkan adalah persaingan yang sehat, persaingan secara positif yang tidak hanya untuk sekedar memenangkan persaingan.

B. Saran-Saran

1. Diharapkan kepada pengusaha reklame agar melakukan persaingan yang baik, supaya usaha yang dijalankan mendatangkan keberkahan rezki.
2. Kepada pemerintah agar memberikan perhatian kepada pengusaha reklame, baik dalam bentuk pelatihan maupun dalam memberikan bantuan modal, dan juga melakukan pengawasan supaya tidak terjadi permainan harga.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manan, *Teori & Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta : Amanah Bunda Sejahtera, 1997.
- Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Islam*, Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Abu al-Husain Muslim al-Hajjaj al-Qusyairi al-Naisaburi, *Shahih Muslim Juz 1*, Bairut: Darul Fikri, 2009
- Abuddin Nata, *Filsafat Pendidikan Islam*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2005.
- Ahmad Basyir, *Asas Hukum Mua'amat*, Yogyakarta: UII Pers, 2003.
- Ahmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007.
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- B. N. Maribun, *Kamus Manajemen*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2013.
- Burhanuddin Salam, *Etika Individual*, Jakarta : Asdi Maha Satya, 2000.
- Departemen Agama RI, *Mushaf Aisyah al-Qur'an dan Terjemahan Untuk wanita*, Bandung: Safa, Raudhatul Janna. 2010.
- Derpartemen Agama, RI *al-Qur'an dan Terjemahan*, Semarang : AS- Syifa, 1998.
- Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta, 2016.
- Fachri Yasin, *Agribisnis Riau dan Perkebunan Berbasis Kerakyatan*, Pekanbaru: UNRI Pers, 2003.
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Farid Hamid dan Heri Budianto, *Ilmu Komunikasi Serba Ada dan Tantangan Masa Depan*, Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Feddy Rangkuti, *Analisis SWOT*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Frank Jefkins, *Periklanan*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Franz Magnis Suseno, *Etika Bisnis Islam: Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: Gramedia 1994.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Seri Hukum Bisnis: Anti Monopoli*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- H. De Vos, *Pengantar Etika*, Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 1987.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sunan Syarif Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Haidar Baqir, *Buku Saku Filsafat Islam*, Bandung: Mizan, 2005.
- Hasbullah Bakry, *Sistematika Filsafat*, Jakarta; Wijaya, 1978.
- Hendri Tanjung Dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Grama Publishing ,2005.
- Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta: Kencana 2008.
- Hermawan Kertajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- Irfam Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Jasa Ungguh Muliawan, *Pendidikan Islam Intergartif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2005.
- Juhaya S. Praja, *Aliran-Aliran Filsafat dan Etika*, Jakarta: Kencana,2010.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada,2012.
- KBertens, *Etika*, Jakarta: Gramedia, 1993.
- Keraf. A. Sonny, *Etika Lingkungan*, Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2002.
- Lorens Bagus, *Kamus Filsafat*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000.
- M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy & Ethics*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, Yogyakarta: Kanisius, 2000.
- Maribot Siahaan, *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Muhammad Jaiz, *Dasar-Dasar Periklanan*, Yogyakarta: Graha Ilmu,2014.
- Muhammad Muflih, *Perilaku Muslim Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo, 2006.
- Muhammad Muflih, *Perilaku Muslim Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta : Raja Grafindo, 2006.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Muhammad Nasruddin al-Albani, Mukhtashar *Shahih Muslim*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, tth.
- Muslich, *Bisnis Syariah*, Yogyakarta: YKPN, 2007.
- Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Raja Graffindo Persada, 2010.
- Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Raja Graffindo Persada, 2012.
- Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Raja Graffindo Persada, 2012.
- P3EIR, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Graffindo Persada, 2008.
- Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame
- Reklame, *Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*, 11 Januari 2020.
- Sarwoko, *Pengantar Filsafat Ilmu Keperawatan*, Jakarta : Salemba Empat.
- Seri Kumpulan dan Putusan, *Persaingan Usaha*, Jakarta: Dian Rakyat, 2003.
- Sirod Hantoro, *Kiat Sukses Berwirausahaan*, Yogyakarta: Adicita Karya Nusa, 2005.
- Soegiono, Tamsil, *Filsafat Pendidikan Teori Dan Praktik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), h. 89.
- Sofyan S. *Harapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Sugioyono, *Metodologi Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- Veithzal Riva'i Amir Nurddin, Faisar Ananda, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Transtation Lawin Business*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.

Winardi, *Promosi dan Reklame*, Bandung: Mandar Maju, 1992..

www.pekanbaru.co.id.

Yahya Hastuti, *9 Kunci Bisnis Rasulullah SWA & Khadijah RA*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Yusuf Mansur & M. Syafe'ie Bantanie, *Doa-Doa Bisnis dan Dosa-Dosa Bisnis*, Bandung: Salamadani Pustaka Semesta, 2010.

Yusuf Qardawi, *Norma Dan Etika Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PANDUAN WAWANCARA

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha reklame ?
2. Apa visi dan misi perusahaan reklame ?
3. Bagaimana menurut anda persaingan usaha reklame yang ada di jalan soebrantas panam?
4. Apa strategi persaingan yang anda gunakan dalam memasarkan usaha reklame ini?
5. Bagaimana Bapak/ ibu menghadapi persaingan?
6. Apa saja produk usaha reklame?
7. Apa saja faktor-faktor penghambat anda terhadap usaha reklame?
8. Apa saja faktor pendorong para pengusaha reklame dalam menghadapi persaingan usaha?
9. Apakah menetapkan harga adalah sebuah srtaegi dalam persaingan percetakan?
10. Apa saja kendala atau hambatan dalam perkembanganga usaha percetakan?
11. Apa yang membuat kelebihan dari perusahaa bapak sehingga berbeda dengan perusahaan yang lain?
12. Bagaimana strategi anda dalam melayani dalam kepuasan pelanggan?

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANGKET PENELITIAN

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis kelamin :
4. Pendidikan :

B. Petunjuk Pengisian

1. Kusioner ini semata-mata diajukan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penulisan skripsi.
2. Mohon kesedian Bapak/Ibu untuk membaca setiap pertanyaan dengan teliti dan memberikan jawaban yang benar.
3. Berikan tanda (√) pada salah satu jawaban dari setiap pertanyaan.
4. Identitas Bapak/Ibu dijamin kerahasiaannya.
5. Atas bantuan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

C. Pertanyaan

1. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang persaingan antar pengusaha reklame ?
 - a. Sangat bersaing
 - b. Bersaing
 - c. Cukup bersaing
 - c. Tidak bersaing
2. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang persaingan harga ?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - c. Sangat tidak setuju
3. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang persaingan produk ?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - c. Sangat tidak setuju
4. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang persaingan pelayanan ?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - c. Sangat tidak setuju
5. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang prospek usaha reklame ?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Cukup baik
 - c. Tidak baik
6. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang kualitas produk ?
 - a. Sangat berperan
 - b. Berperan
 - c. Tidak berperan
 - c. Sangat tidak berperan
7. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang lokasi yang strategis ?
 - a. Sangat diperlukan
 - b. Diperlukan
 - c. Cukup diperlukan
 - c. Tidak diperlukan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta Milik UIN Suska Riau**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

8. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang teknologi ?
 - a. Sangat diperlukan
 - b. Diperlukan
 - c. Tidak diperlukan
 - c. Sangat Tidak diperlukan
9. Apakah Bapak/Ibu keterbatasan modal ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
10. Apakah Bapak/Ibu kekurangan tenaga yang profesional ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
11. Apa alasan Bapak/Ibu tidak menggunakan tenaga yang professional ?
 - a. Tidak sanggup membayar gaji
 - b. Banyaknya kebutuhan keluarga
12. Apakah Bapak/Ibu merasa kurang memiliki wawasan bisnis reklame ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
13. Apakah pemerintah kurang memberikan perhatian ?
 - a. Ya
 - b. Tidak

DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul *PERILAKU PERSAINGAN ANTARA PENGUSAHA REKLAME MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI PADA USAHA REKLAME DI JALAN SOEBRANTAS TAMPAN KOTA PEKANBARU)*, yang ditulis oleh :

Nama : **TRISNA INDAH**
 NIM : 11425204048
 Program Studi : Ekonomi Islam

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 November 2020 M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. Heri Sunandar, MCL.

Sekretaris

Syamsurizal, SE., M.Sc., Ak.CA.

Penguji I

Dr. Syahpawi, M.Sh

Penguji II

Ahmad Fauzi, S.HI., MA.

Mengetahui
Kepala Bagian Tata Usaha
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag.

NIP. 19750801 200701 023

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Proposal dengan judul : **PERILAKU PERSAINGAN ANTAR PENGUSAHA REKLAME MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Pada Usaha Reklame Di Jalan Soebrantas Panam Kota Pekanbaru)**

Nama : TRISNA INDAH
 NIM : 11425204048
 Program Studi : EKONOMI ISLAM

Diseminarkan pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 28 Juni 2018
 Narasumber : Bambang Hermanto, MA

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Sub. Bagian Akademik

Pekanbaru, 13 AGUSTUS 2018
 Narasumber

Rosmiani, S.Ag.
 NIP. 19740910 200312 2 003

Bambang Hermanto, MA
 NIP. 19780214 20000 1 001

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 Po. Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

- | | |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. NAMA | : Trisna Indah |
| 2. NOMOR MAHASISWA | : 11425204048 |
| 3. JUDUL USUL PENELITIAN | : Strategi pemasaran perusahaan percetakan black paint pekanbaru dalam menghadapi persaingan syariah ditinjau menurut ekonomi syariah |
| 4. Hari/Tgl. Diseminarkan | : Kamis / 28 Juni 2018 |
| 5. Hasil Seminar dirumuskan adalah | : |
| a. Judul | : Disetujui / Ditolak / Disempurnakan |
| b. Latar Belakang Masalah | : Jelas/Masih Kabur/Perlu Perbaikan |
| c. Permasalahan | : Jelas / Masih Kabur/ Dirumuskan kembali agar menjadi jelas |
| d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | : Jelas / Mengambang / Perlu Perbaikan |
| e. Kerangka Teoritis (jika ada) | : Jelas / Kurang Jelas/ Perlu Disempurnakan |
| f. Rumusan Hipotesis (jika ada) | : Cukup Tajam / Perlu Dipertajam |
| g. Metode Penelitian | : Jelas / Masih Kabur/ Perlu Perbaikan |
| h. Daftar Pustaka | : Cukup / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti |

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

Bambang Hermanto, MA

Catatan :

Perubahan Judul dalam Seminar
Dikonsultasikan dengan Jurusan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

c. Cipta Dilindungi Undang-Undang

UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/33247
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/3604/2020 Tanggal 22 Juni 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

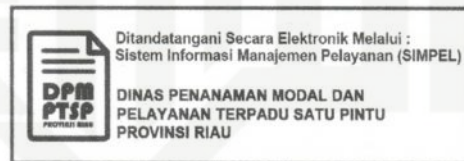
- | | |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Nama | : TRISNA INDAH |
| 2. NIM / KTP | : 11425204048 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PERILAKU PERSAINGAN ANTAR PENGUSAHA REKLAME MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI PADA USAHA REKLAME DIJALAN SOEBRANTAS PANAM PEKANBARU) |
| 7. Lokasi Penelitian | : DIJALAN SOEBRANTAS PANAM PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai, tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 22 Juni 2020



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
3. Yang Bersangkutan

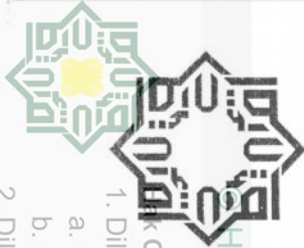
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik

Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كآية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
 Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 19 Juni 2020

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/3604/2020
 Sifat : Biasa
 Lamp. : 1 (Satu) Proposal
 Hal : **Mohon Izin Riset**

Kepada
 Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : TRISNA INDAH
 NIM : 11425204048
 Jurusan : Ekonomi Syariah S1
 Semester : XI (Sebelas)
 Lokasi : Reklame Jalan Soebrantas Panam Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : PERILAKU PERSAINGAN ANTAR PENGUSAHA REKLAME MENURUT PESPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Pada Usaha Reklame Di Jalan Soebrantas, Panam Pekanbaru)

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksanya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.



Rektor
 Dekan
 Drs. H. Hajar., M.Ag
 19580712 198603 1 005

Tembusan :
 Rektor UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FAKULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-561645
 Fax. 0761-562052 Web : www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/7824/2018

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : TRISNA INDAH
 N I M : 11425204048
 Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah Lulus :

UJIAN KOMPREHENSIF

Yang diselenggarakan pada tanggal : **3 SEPTEMBER 2018**

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 12 Oktober 2018

Dekan,



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Diilindungi Undang-Undang

UN SUSKA RIAU



CV. BLACKPAINT ART INDONESIA

- ADVERTISING - PERCETAKAN
- SOUVENIR - KONVEKSI

SURAT KETERANGAN SELESAI PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Suresno Panja,S.Pd**
Jabatan : Direktur Utama CV. Blackpaint Art Indonesia

Dengan ini saya menyatakan Mahasiswi Universitas Islam Negeri (UIN) Sulthan Syarif Kasim Riau Pekanbaru

Adapun Nama Mahasiswa Sebagai Berikut :

Nama : **Trisna Indah**
NIM : 11425204048
Jurusan : Fakultas Syariah dan Hukum
Judul : Perilaku Persaingan Antar Pengusaha Reklame Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada Usaha Reklame Dijalan Soebrantas Panam Pekanbaru)

Bahwa nama diatas telah melaksanakan kegiatan Riset/ Penelitian di CV. Blackpaint Art Indonesia untuk mendapatkan data demi kepentingan menyelesaikan tugas akhir (Skripsi)

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 28 July 2020

Direktur Utama CV. Blackpaint Art Indonesia

Suresno Panja,S.Pd

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



HAGEKA CV. HAGEKA MANDIRI

ADVERTISING - KONVEKSI - SOUVENIR - PERCETAKAN
 Alamat : Jalan HR. Soebrantas depan Holland Bakerry Kel.Tobek Godang Kec. Tampan Panam - Pekanbaru

SURAT KETERANGAN SELESAI PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Kalvin Prakarsa**
 Jabatan : **Direktur Utama CV. Hageka Mandiri**

Dengan ini saya menyatakan Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sulthan Syarif Kasim Riau Pekanbaru

Adapun Nama Mahasiswa sebagai berikut :

Nama : **Trisna Indah**
 NIM : **11425204048**
 Jurusan : **Fakultas Syariah dan Hukum**
 Judul : **Perilaku persaingan antar pengusaha Reklame menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi pada usaha Reklame di Jalan HR. Soebrantas Panam Pekanbaru)**

Bahwa nama diatas telah melaksanakan kegiatan Riset / Penelitian di CV. HAGEKA MANDIRI untuk mendapatkan data demi kepentingan menyelesaikan tugas akhir (Skripsi)

Pekanbaru, 27 July 2020
 Direktur Utama CV. HAGEKA MANDIRI



KALVIN PRAKARSA

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RIWAYAT PENULIS



TRISNA INDAH, Dilahirkan di Sungai Dungun Sanglar pada tanggal 10 Oktober 1995 Anak Ke Empat Dari Lima Bersaudara Ini Merupakan Putri Dari Pasangan Hasan Fajri dan Fitriah Penulis Tinggal di Desa Sungai Dungun Sanglar Kec. Reteh Kab. Indragiri Hilir. Penulis Menempuh Pendidikan Mulai Dari Madrasah Ibtidaiyah (MI) Yayasan Pondok Pesantren Sabilul Muttaqin Tamat 2007, Kemudian Melanjutkan Madrasah Tsanawiyah (MTs) Yayasan Pondok Pesantren Sabilul Muttaqin Di Sungai Dungun Sanglar Ket. Reteh Tamat Pada Tahun 2010 dan Setelah itu Penulis Melanjutkan Sekolah Madrasah Aliyah (MA) Yayasan Pondok Pesantren Sabilul Muttaqin Sungai Dungun Sanglar Kac. Reteh Yang Tamat Pada Tahun 2014.

Pada tahun 2014 penulis diterima di Perguruan Tinggi Yang Ada di Pekanbaru Yaitu Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU) Pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Dengan Jurusan Ekonomi Syariah.

Pada Tahun 2016 Penulis Melakukan Magang di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Faiza Pradani Andi Di Pekanbaru Setelah Itu Melanjutkan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tempuling Kecamatan Tempuling Tembilahan. Pada Tanggal 19 November 2020 Penulis Dinyatakan Lulus Dengan judul skripsi “ PERILAKU PERSAINGAN ANTAR PENGUSAHA REKLAME (Studi Pada Usaha Reklame Di Jalan Soebrantas Tampan Kota Pekanbaru”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.