BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini maka dunia usaha turut mengalami perkembangan yang positif. Hal itu terlihat dari banyaknya unit–unit usaha yang semakin bertambah, baik usaha dalam skala kecil, menengah maupun skala besar. Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sektor industri sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian di Indonesia.

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Bisnis berlangsung karena adanya ketergantungan antar individu, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standart hidup dan lain sebagainya.[1] Tiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, distributor maupun sebagai konsumen. Manusia sebagai hamba Allah, adalah makhluk sosial yang selalu ada dalam lingkungan pergaulan dengan manusia yang lainnya. Demikian pula dengan dunia bisnis yang tidak bisa melepaskan dari dari lingkungan masyarakat. Seseorang yang melakukan suatu bisnis dapat menghasilkan keuntungan jika ia mengambil resiko, dengan memasuki suatu pasar baru dan siap menghadapi persaingan dengan bisnis-bisnis lainnya [2]

[1] Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Gruop, 2013), 3.
[2] Buchari Alma dan Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), 117.

Perkembangan dunia bisnis saat ini telah mengalami banyak perubahan, terutama karena pertumbuhan ekonomi yang pesat, perusahaan yang berada dalam lingkungan bisnis tentu harus mengetahui dan tanggap terhadap perubahan yang terjadi di organisasi bisnisnya. Situasi dan kondisi lingkungan yang selalu berubah-ubah dapat mempengaruhi perusahaan, baik itu kesempatan atau peluang yang menguntungkan maupun ancaman atau resiko yang merugikan, maka keputusan strategi setiap perusahaan harus terus disempurnakan agar perkembangan, pertumbuhan, dan kemajuan dapat dicapai secara berkesinambungan.[3]

Bisnis nampaknya tidak dapat dipisahkan dari aktifitas persaingan. Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan. Jika dikaitkan dengan kondisi saat ini, dengan apa yang disebut dengan perdagangan bebas dan persaingan bebas. Maka aktifitas bersaingan dalam dunia usaha antara pengusaha satu dengan pengusaha lainnya tidak dapat dihindarkan. Hal yang perlu dipikirkan adalah, bagaimana persaingan bisnis itu dapat memberikan sesuatu yang baik bagi pelakunya.[4]

Seperti dalam firman Allah SWT Surat Al-‘Ankabud ayat 69 :

وَٱلَّذِينَ جَٰهَدُواْ فِينَا لَنَهۡدِيَنَّهُمۡ سُبُلَنَاۚ وَإِنَّ ٱللَّهَ لَمَعَ ٱلۡمُحۡسِنِينَ

“Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan)Kami, Kami akan tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami. Dan sungguh, Allah beserta orang-orang yang berbuat baik.”[5]

---

[3] Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarya: Pustaka Pelajar, 2009), 24.
[4] Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan, t.t), 250.
[5]Assobar Al- Qur’an dan Terjemahan, Mushaf Al-Qur’an Standart Penulisan kementrian Agama Republik Indonesia (t.tp: Pustaka Al-Mubin, t.t), 404.

Di sisi lain persaingan perindustrian saat ini semakin ketat. Hal inilah yang membuat produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan perindustrian. Persaingan usaha merupakan ekspresi kebebasan yang dimiliki setiap individu dalam rangka bertindak untuk melakukan transaksi perdagangan dipasar. Persaingan usaha diyakini sebagai mekanisme untuk dapat mewujudkan efisiensi dan kesejahteraan masyarakat.

Quraiys Shihab dalam bukunya menyebutkan "sejalan dengan perkembangan zaman, kecenderungan bisnis sekarang kian tidak memperhatikan masalah etika. Akibatnya sesama pelaku bisnis sering bertabrakan kepentingan, bahkan saling membunuh. Kondisi ini menciptakan pelaku ekonomi yang kuat kian merajai. Sebaliknya, yang kecil makin tertindas. Keadaaan seperti ini mengancam pertumbuhan dan perkembangan dunia bisnis." [6]

Sebagai pelaku bisnis harus berhati-hati dalam menghadapi persaingan, baik dalam hal pesaing lama ataupun pun baru. Apabila suatu pelaku bisnis tidak peka terhadap kehadiran pesaing maka pesaing tersebut akan lebih unggul dan mencuri pelanggan. Bisnis yang baik adalah yang mempunyai manajemen yang baik pula, dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. manajemen dapat dipandang sebagai pengelolaan secara umum

[6] M. Quraiys Shihab, "Etika Bisnis Dalam Wawasan Al-Qur'an", *Kebudayaan Dan Peradaban Ulumul Qur'an*, 3 (1997), 4.

yang menggambarkan pengalokasian sumber daya, prioritas, dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan.[7]

Manajemen merupakan salah satu sarana yang digunakan untuk mewujudkan tujuan dan menjalankan tugas secara benar dan konsisten sehingga dapat terlaksananya suatu sistem yang akan melahirkan sebuah tatanan yang rapi, efesien dan efektif.[8] Agar manajemen mampu merealisasikan itu semua, maka ia harus berhubungan dengan konsep dasar dan falsafah masyarakat. Maka manajemen syariah yang menjadi solusi sebagai manajemen yang berbeda dengan manajemen konvensional, yang mana menempatkan manusia sebagai makhluk ekonomi, hal ini tentunya berbeda darisudut pandang syariah yang menempatkan manusia sebagai makhluk spiritual, yang mengakui baik kebutuhan materiel (ekonomi) dan juga *imetariel*, yang bertanggung jawab langsung kepada Yang Maha Kuasa.

Manajemen syariah merupakan disiplin bisnis strategi yang mengarahkan pada proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai (value) dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya (pihak yang berkepentingan) yang dalam prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (hubungan manusia dengan sesamanya bisnis dalam Islam. Sehingga dalam mengelola suatu perusahaan tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip yang Islami.[9]

---

[7] Amirullah dan Haris Budiyono, *Pengantar Managemen* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004), 10.
[8] Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003), 8.
[9] Hermawan Kertaja dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), 6-8.

Di Desa Curahmalang terdapat dua industri pembuat tas hajatan yaitu UD. Karya Sejati dan UD. Karya Mandiri, lokasi keduanya berdekatan dengan jarak 400 M. UD. Karya Sejati dan UD. Karya Mandiri memiliki kesamaan diantaranya produk yang dijual sama yaitu tas hajatan, dengan lokasi berdekatan, dan harga yang ditawarkan juga berbeda tipis, dengan saluran distribusi hampir sama.

UD. Karya Sejati berdiri pada tahun 1992 dengan awal mula memproduksi dompet. UD. Karya Sejati berlokasikan di Dusun Sidokampir Desa Curahmalang. Pada tahun 2007 UD. Karya Sejati memulai membuat inovasi tas yang dapat digunakan untuk wadah makanan sebagai inovasi pengganti plastik. Dari kemunculannya sampai sekarang tas hajatan dapat diterima oleh masyarakat karena kegunaanya.[10]

Seiring berkembangnya tas hajatan tersebut munculah industri baru yang membuat tas hajatan tersebut yaitu UD. Karya Mandiri. UD. Karya Mandiri sendiri berdiri pada tahun akhir tahun 2010 di Dusun Besuk Desa Curahmalang.[11] Dari awal berdiri sampai dengan sekarang UD. Karya Mandiri ini mengalami kemajuan usaha yang sangat besar. Dan dalam perkembangan tersebut tidak lepas dari persaingan yang dilakukan selama ini. Namun jika dilihat bersadarkan kenyataannya sekarang manejemen yang baik dalam suatu pengusaha akan memiliki kesempatan dalam memenangkan persaingan usaha yang ada.[12]

---

[10] Edi Prayitno , Pemilik UD. Karya Sejati, Jombang,26 Juli 2018.
[11] Wiwik Kurniawati, Pemilik UD. Karya Mandiri, Jombang, 29 Juni 2018
[12] Wiwik Kurniawati, Pemilik UD. Karya Mandiri, Jombang, 29 Juni 2018

Jika dilihat berdasarkan proses produksi dan sistem kerja, kedua industri tersebut memiliki kesamaan dalam setiap proses produksi dan sistem kerjanya, dimana semua pekerjaan dilakukan di luar industri. Dimna semua produksi dilakukan di rumah para karyawan industri masing-masing. Dan ketika barang telah selesai produksi barulah barang tersebut dikembalikan lagi ke UD masing-masing.[13]

Namun dalam kenyataannya sekarang UD. Karya Sejati yang notabennya adalah industri pertama pembuat tas hajatan tersebut kini kalah dalam persaingan dan kalah perkembangan usahanya dibandingkan dengan UD. Karya Mandiri yang notabennya adalah industri baru dalam pembuatan tas hajatan dibandingkan UD. Karya Sejati, yang dalam kenyataannya UD. Karya Mandiri mengalami perkembangan pesat dari awal berdiri sampai sekarang . Jika barang yang dijual sama yaitu tas hajatan, maka seharusnya UD. Karya Sejati dapat berkembang dengan semakin besar dan tidak dikalahkan dengan UD. Karya Mandiri yang tergolong usaha baru. Dapat pula dilihat berdasarkan pelaporan keuangan dari kedua UD tersebut dimana laporan pendapatan dari UD. Karya Sejati dan UD. Karya Mandiri dalam waktu 4 tahun terakhir dapat diketahui perkembangan keuangan pada setiap tahunn oleh kedua UD. Keuntungan pertahun yang diperoleh oleh UD. Karya Mandiri lebih banyak dari pada UD. Karya Sejati pada setiap tahunnya. Seperti yang ada pada tabel berikut:

[13] Observasi di UD. Karya Mandiri, 29 Juni 2018

Tabel 1.1
Laporan Keuangan 4 Tahun Terakhir

Omset (pertahun)	UD. Karya Mandiri	UD. Karya Sejatii
2014	Rp. 799.000.000	Rp. 643.000.000
2015	Rp. 643.000.000	Rp. 696.500.000
2016	Rp. 801.000.000	Rp. 532.000.000
2017	Rp. 1.113.000.000	Rp. 798.000.000

Pada umumnya dalam setiap menjalankan usaha/ bisnis maka setiap pelaku usaha dipastikan telah menyusun strategi dan manejemen yang tepat, baik UD. Karya Sejati ataupun UD. Karya Mandiri sendiri. Namun dengan adanya manajemen tersebut diharapkan agar terciptanya kemaslahatan dan juga tercapainya suatu tujuan usaha tanpa adanya kecurangan dalam usahanya yang dapat merugikan lawan usaha ataupun konsumennya.

Dengan fenomena yang ada maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian persaingan usaha tas hajatan tersebut dari dari mulai perencanaan dalam pembuatan tas tersebut sampai dengan proses marketingnya dengan manajemen yang digunakan apakah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik dan bermaksud melakukan penelitian dengan menggangkat judul **"Persaingan Usaha Tas Hajatan UD. Karya Sejati Dan UD. Karya Mandiri Ditinjau Dari Manajemen Syariah (Studi Kasus Di Ds. Curahmalang Kec. Sumobito Kab. Jombang) ".**

B. Batasan Penelitian

Agar skripsi ini fokus pada yang diteliti, maka penulis membatasi objek kajian penelitian yaitu pada UD. Karya Sejati dan UD. Karya Mandiri yang terdapat di Desa Curahmalang Kecamata Sumobito

Kabupaten Jombang sebagai objek penelitiannya.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan kepada bagaimana persoalan persaingan usaha tas hajatan yang dilakukan oleh UD. Karya Sejati dan UD. Karya Mandiri dalam rangka memenangkan persaingan usaha yang terdapat di Desa Curahmalang Kecamatan Sumobito Kabupaten Jombang apakah telah sesuai dengan fungsi dan prinsip-prinsip manejemen syariah.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang akan menjadi tujuan penelitian ini adalah dapat mengetahui bagaimana persaingan usaha tas hajatan yang dilakukan UD. Karya Sejati dan UD. Karya Mandiri di desa Curahmalang kecamatan Sumobito kabupaten Jombang apakah telah sesuai apabila ditinjau dari fungsi dan prinsip-prinsip manajemen syariah.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkam dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupu praktis. Adapun kegunaan penelitian ini diantaranya:

a. Manfaat Teori

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kontribusi pemikiran, wawasan, dan pengetahuan bagaimana seorang produsen mampu melakukan persaingan usaha serta mampu untuk mempertahanan, dan mengembangkan usaha dengan sesuai dengan syariah Islam.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Lembaga Pendidikan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan khasanah keilmuan serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi penelitian bagi peneliti selanjutnya.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan tentang bagaimana upaya persaingan usaha serta mengembangan usaha sesuai dengan syariat islam. Serta dapat menambah informasi dan pengalaman dalam dunia kerja.

3. Bagi Publik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mampu menambah pengetahuan serta wawasan kepada masyarakat tentang bagaimana upaya persaingan dalam usaha sesuai dengan syariat islam.

F. Telaah Pustaka

Dalam proses penulisan penelitian, penulis menemukan penelitian terdahuhu yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini, diantaranya:

1. Septi Budi Utami dengan Judul “Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam ”tahun 2016. Penelitian ini menggunakan metode analisis-deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan jenis penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dengan mengadakan pengamatan.hasil yang diperoleh peneliti ini menunjukkan bahwa antar

pengusaha tahu dalam menghaapi persaingan adalah dalam bentuk penetapan harga, tempat, promosi, pemasaran serta proses produksi yang dilakukan. dan berdasarkan hasil dapat diketahui bahwa dalam menghadapi pesaingan semua pengusaha tahu telah sesuai dengan nilai-nilai dalam etika bisnis Islam. [14] Persamaan penelitian adalah tentang persaingan yang dilakukan dengan memperhatikan harga, tempat, dan juga pemasaran yang dilakukan. Perbedaan penelitian ini adalah tentang objek yang diteliti dan juga mengenai tinjauan yang digunakan.

2. Novita Sa'adatul Hidayah "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam" Tahun 2015. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-analitik yaitu menggambarkan fakta yang ada di lapangan yang diperoleh dari data-data yang diperoleh. Peneliti ini mengulas mengenai persaingan bisnis yang dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisional Ganefo. Hasil yang diperoleh adaah bahwa persaingan bisnis yang terjadi di pasar Ganefo adalah meliputi persaingan tempat, harga, barang dan pelayanan. kemudian persaingan bisnis yang terjadi di pasar Genefo sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis Islam walaupun mash ada beberapa aktivitas-aktivitas dari pedagang yang menyimpang dari ajaran Islam. [15] Persamaan penelitian ini adalah mengenai persaingan bisnis yang dilakukan. Perbedaan penelitian ini adalah mengenai objek

[14] Septi Budi Utami "Skripsi: Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam" (Skripsi, IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2016), 5.

[15] Novita Sa'adatul Hidayah " Skripsi: Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam"(Skripsi, UIN Walisongo, Semarang, 2015), 7.

dan tinjauan penelitiannya, untuk peneliti ini tinjauan yang digunakan adalah Manajemen Syariah.

3. Muhammad Saman, "Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo Perspektik Etika Bisnis Dalam Islam" tahun 2010. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analisis dengan jenis peneltian kualitatif dimana menjelaskan bagaimana persaingan yang dilakukan oleh PT. Pancanata Centralindo bila dilihat berdasarkan etika bisnis secara islam. Peneliti ini ingin mengulas mengenai persaingan yang positif dan kompetitif dengan memperthatikan daya saing kualitas, harga, pemasaran dan juga daya saing jaringan kerja agar dapat menguasai pasar. Hasil yang diperoleh peneliti tersebut adalah etika tan ditanamkan PT. Pancanata Centralindo terhadap karyawannya tidak sepenuhnya dilaksanakan. hal tersebut terbukti dengan masih adanya kecurangan karyawan yang menjual harga berbeda dengan harga yang telah diberlakukan oleh pemilik perusahaan. [16] Persamaan penelitian ini yaitu tentang persaingan, pada penelitian sebelumnya memfokuskan kepada persaingan dalam suatu perusahaan besar, namun kedua penelitian ini sama-sama memperhatikan objek-objek penelitiannya. Perbedaan di ini penelitian terletak pada objek dan tinjauan yang digunakan.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Mas Ulatul Izza dengan Judul "Persaingan Usaha Rumahan Sari Kedelai di Ds. Kalirong Kec. Tarokan

[16] Muhammad Saman, "Skripsi: Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo Perspektik Etika Bisnis Dalam Islam" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010), 4.

Kab. Kediri Perspektif Bisnis Islam" tahun 2017. Peneliti ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan fakta yang ada di lapangan. Hasil yang didapatkan peneliti ini adalah mengenai padar pedagang sari kedelai yang bersaing mendapatkan pelanggan dengan tetap memperhatikan daya kualitas , harga, marketing dan juga jaringan kerja yang di lakukan dalam persaingannya. Persamaan dalam penelitian ini adalah mengenai persaingan yang dilakukan dengan memperhatikan objek-objek yang dipersangkan, seperti kualitas, harga, pemasaran an jaringan kerja. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti dan juga tinjauan yang digunakan penelitian.