

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis adalah suatu kegiatan yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Perkembangan yang semakin pesat sekarang ini menuntut semua lapisan masyarakat baik dari kalangan bawah sampai kalangan atas untuk melakukan kegiatan yang menyangkut dengan hal-hal yang mengarah ke dalam bisnis. Dalam berbisnis seorang wirausahanya dituntut telaten dan cekatan dalam menjalankan bisnisnya. Di era sekarang banyak wirausahawan yang mulai bermunculan untuk melakukan kegiatan bisnis.

Bersamaan dengan semakin besarnya etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya karakteristik faktor-faktor etika dalam berbisnis. Sesungguhnya dalam kehidupan sehari-hari manusia telah diatur dalam pandangan ajaran Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan) dalam setiap kehidupan. Islam di segala kehidupan termasuk di dalamnya aturan usaha dan bisnis yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan sejahtera.

Islam adalah agama sempurna yang memuat berbagai persoalan kehidupan yang termasuk kehidupan manusia, baik diungkapkan secara global maupun rinci,

secara substantif ajaran Islam yang diturunkan Allah SWT kepada para Rasulullah SAW terbagi menjadi tiga bagian yakni akidah, syari'ah dan akhlak (Dzajuli, Janwari, & Yadi, 2002)

Bisnis sendiri merupakan suatu kegiatan yang berlangsung di sebuah organisasi dalam misi menjual suatu barang atau jasa dengan dalih mencari laba atau keuntungan demi kemajuan dari segi finansial untuk suatu perusahaan. Membangun bisnis dengan menjadikan pasar global sebagai area penjualan produk menjadi satu tantangan besar yang harus dihadapi berbagai kemungkinannya oleh seorang wiausaha (Fahmi, 2014).

Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan tujuan itulah manusia berlomba-lomba untuk mengejar harta kekayaan dengan cara berbisnis. Oleh karena itu Islam kemudian mewajibkan kepada umatnya untuk senantiasa bekerja dalam memenuhi segala kebutuhan hidup mereka (Arifin, 2009).

Prinsip etika bisnis menurut Bertens, etika bisnis dapat dilihat dari tiga sudut pandang, yaitu:

1. Sudut pandangan ekonomi: bisnis yang baik adalah bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan tanpa merugikan orang lain.
2. Sudut pandangan hukum: bisnis yang beretika adalah bisnis yang tidak melanggar aturan-aturan hukum yang berlaku.
3. Sudut pandangan moral: bisnis yang baik adalah prinsip moralitas yang berlaku universal.

Apabila usaha yang dirintis ini berjalan lancar, wirausahawan dianggap telah mampu untuk mengembangkan sebuah usahanya, baik pengembangan jenis produk ataupun pengembangan pemasarannya. Munculnya inisiatif pengembangan usaha, mungkin timbul karena melihat adanya permintaan terselubung maupun pengembangan usaha yang telah ada. Ide pengembangan usaha perlu diikuti dengan proses penelitian yang seksama, disebabkan banyaknya usaha yang gagal karena didukung penelitian dan persiapan yang matang (Johan, 2011).

Semua organisasi, baik yang berbrntuk badan usaha swasta, badan yang bersifat publik ataupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan, tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri yang merupakan motivasi dari pendiriannya. Suatu indsutri mempunyai peran sebagai salah satu penyangga dalam kegiatan ekonomi masyarakat, hal tersebut merupakan fenomena menarik yang perlu dikuti terus dan dibina sehingga dapat tumbuh dan berperan lebih besar dalam perekonomian Indonesia. Dalam hal ini, industri mebel juga dinilai mampu untuk menyokong pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Arifin, 2005).

Persaingan bisnis di era globalisasi menyebabkan perusahaan berkembang sangat pesat dan persaingan semakin kompetitif, dimana perusahaan di tuntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan berkomitmen untuk membuat produk yang mempunyai keunggulan. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkn dan

menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2008).

Penetapan harga adalah harga wajar atau harga keseimbangan diperoleh dan interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran (suplai) dalam suatu persaingan sempurna, penetapan harga bukan suatu hal yang mudah untuk dilakukan karena keputusan tersebut akan mempengaruhi penjualan dan keuntungan. Keputusan tersebut kan semakin rumit jika suasana persaingan sangat meluas yang berarti dalam pasar banyak barang lain yang sama jenis dan sifatnya adapun perusahaan atau pedagang yang menentukan harga yang lebih tinggi dan pasaran dan mampu mengatasi persaingan serta meningkatkan penjualan sebaiknya ada perusahaan atau pedagang yang menjual barangnya dengan harga murah tapi kurang laku (Sukirno, 2006, hal. 222)

Prinsip-prinsip penetapan harga menurut pandangan hukum Islam meliputi: prinsip Ar-Ridha, keterbukaan, kejujuran, dan keadilan. sedangkan prinsip-prinsip penetapan harga menurut Ibnu Khaldun meliputi: prinsip kebebasan dalam menentukan harga, keadilan, dan keseimbangan antara permintaan dan penawaran.

Para ahli Ekonomi Islam, Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran, ia mengatakan bahwa naik turunnya harga tidak ada selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian

orang yang terlibat transaksi. Dalam konsep Islam pertemuan antara pembelian dan penjualan tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut. Misalnya, penjual tidak mau menjual barangnya kecuali pada harga yang lebih tinggi, padahal konsumen atau pembeli membutuhkan barang tersebut (Karim, 2008, hal. 146)

Prinsip yang hanya mementingkan keuntungan sangat berlawanan dengan keadilan, karena tindakan mencari keuntungan secara tidak adil kita melanggar hak orang lain. Penindasan merupakan aspek negatif bagi keadilan, terdapat beberapa perintah yang berhubungan dengan hal ini misalnya firman Allah surat Al-Qashash ayat 37:

وَقَالَ مُوسَىٰ رَبِّيٰ أَعْلَمُ بِمَنْ جَاءَ بِالْهُدَىٰ مِنْ عِنْدِهِ وَمَنْ تَكُونُ لَهُ عَاقِبَةُ الدَّارِ ۗ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ
الظَّالِمُونَ ﴿القصص : ٣٧﴾

Artinya: *“Dan Musa menjawab, “Tuhanku lebih mengetahui siapa yang (pantas) membawa petunjuk dari sisi-Nya dan siapa yang akan mendapatkan kesudahan (yang baik) di akhirat. Sesungguhnya orang-orang yang zalim tidak akan mendapat kemenangan”.*

Dalam penelitian ini penulis mengambil penelitian di Meubel 2 Saudara yang berlokasi di Jl. Pangeran Antasari No. 28, Pekapuran Laut, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin yang merupakan salah satu usaha dibidang perdagangan/pembuatan rumah tangga dari bahan kayu, dimana Meubel 2 Saudara ini mengelola sendiri sehingga dapat menghasilkan perabotan rumah

tangga seperti lemari, kursi, dan lain-lain. Untuk harga sendiri bervariasi tergantung kualitas bahan berkisar dari 400 sampai dengan 3 juta keatas, dan pembuatan meubelnya berdasarkan pesanan, dan barang yang ready hanya beberapa saja. Makin banyak persaingan pembisnis yang handal dan berbagai macam cara untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik, salah satunya dengan cara melayani konsumen dengan baik dan sopan, dan juga dalam Islam banyak mengajarkan bagaimana etika yang baik dan benar agar pelanggan lain waktu akan kembali.

Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENETAPAN HARGA PRODUK PADA USAHA MEUBEL 2 SAUDARA KOTA BANJARMASIN”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, adapun perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam penetapan harga produk pada usaha meubel 2 saudara Kota Banjarmasin?
2. Apa saja kendala dalam penerapan etika bisnis Islam pada usaha meubel 2 saudara Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam penetapan harga produk pada usaha meubel 2 saudara Kota Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala dalam penerapan etika bisnis Islam pada usaha meubel 2 saudara Kota Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberi kontribusi bagi pihak-pihak yang terkait, diantaranya:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan ilmu ekonomi khususnya di bidang manajemen, dan juga untuk mengaplikasikan konsep-konsep maupun teori-teori manajemen yang selama ini telah didapatkan melalui perkuliahan pada dunia bisnis dan perdagangan yang ada kaitannya dengan etika bisnis Islam.

2. Kegunaan Praktisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam memahami kaidah etika bisnis Islam dalam perspektif ekonomi Islam yang benar.

E. Definisi Operasioal

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam memahami istilah-istilah dalam penelitian ini dan permasalahan yang akan penulis teliti dan untuk menjadi pegangan agar lebih terfokusnya kajian lebih lanjut, penulis

membuat definisi operasional sebagai berikut :

Etika bisnis pada umumnya didefinisikan sebagai suatu usaha yang sistematis dengan menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman moral individual dan sosial sehingga dapat menetapkan aturan untuk mengendalikan perilaku manusia serta nilai-nilai yang bebobot untuk dijadikan sasaran dalam hidup. Kejujuran dalam berbisnis adalah kunci keberhasilan para pelaku bisnis, termasuk untuk mereka dapat bertahan dalam tempo waktu yang panjang, dalam suasana bisnis penuh persaingan yang sangat ketat, dan keadilan yang dimaksud adalah keadilan dalam arti harga dengan demikian penjual memberkan harga kepada pembeli dengan tidak melakukan kedzaliman yang nantinya akan merugikan salah satu pihak atau kedua belah pihak yang bersangkutan (Talkati & Jahro, 2010)

Bisnis Islam, menurut Muhammad Ismail Yusanto (2002) dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk *profitnya*, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam bisnis ini harus melakukan cara yang baik dan menghindari adanya kecurangan seperti riba, tidak jujur dan tidak adil. Penelitian ini membahas penerapan etika bisnis Islam yang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits.

Penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Permintaan dapat diartikan sebagai kuantitas suatu barang tertentu dimana seorang konsumen ingin dan mampu membelinya pada berbagai tingkat harga, sedangkan penawaran diartikan sebagai kuantitas suatu

barang tertentu dimana penjual bersedia menawarkan barang atau jasa pada berbagai tingkat harga. Pertemuan antara permintaan dan penawaran dinamakan *equilibrium price* atau harga keseimbangan. Pada harga keseimbangan, jumlah barang yang dibeli sama besar dengan jumlah barang yang mampu dijual (Akhmad, 2014, hal. 36)

Equilibrium price (harga yang adil) dalam perspektif ekonomi Islam adalah harga yang tidak menimbulkan dampak kerugian bagi para pelaku pasar, baik dari sisi penjual maupun pembeli. Harga yang adil adalah harga yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen dengan tingkat laba tertentu, serta tidak merugikan para pembeli (Marthon, 2004). Harga tidak dapat dikatakan adil apabila harga tersebut terlalu rendah, sehingga penjual atau produsen tidak dapat menutupi atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Sebaliknya harga tidak boleh terlalu tinggi, karena akan berdampak pada daya beli pembeli dan konsumen.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penelitian terdahulu atau telaah pustaka digunakan untuk membedakan terhadap penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Pembahasan mengenai etika bisnis Islam pun telah banyak di bahas sebagai karya ilmiah. Untuk itu, penulis berusaha melakukan penelitian terhadap literature yang relevan terhadap masalah yang menjadi objek penelitian. Berikut merupakan beberapa hasil penelitian yang terkait dengan judul yang penulis teliti:

Firi Amalia (2013) meneliti konsep dan implementasi etika bisnis Islam dalam pelaku usaha kecil. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa para pelaku

usaha yang menerapkan etika bisnis Islam meyakini apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (*profit*) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan. Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan etika bisnis, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam dalam penetapan harga produk pada usaha meubel sedangkan penelitian yang dilakukan Fitri Amalia membahas tentang konsep dan implementasi etika bisnis Islam dalam pelaku usaha kecil.

Sirman Dahwal (2013) meneliti tentang kajian normatif tentang etika bisnis menurut hukum Islam. Hasil penelitian menyimpulkan dalam prakteknya etika bisnis dalam Islam menerapkan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitas ekonomi dan setiap hubungan antara satu kelompok masyarakat dengan kelompok masyarakat lainnya. Nilai moral tersebut tercakup dalam empat sifat, yaitu *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*. Keempat sifat ini diharapkan dapat menjaga pengelolaan institusi-institusi ekonomi dan keuangan secara profesional dan menjaga interaksi ekonomi, bisnis dan sosial berjalan sesuai aturan permainan yang berlaku. Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan etika bisnis, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam dalam penetapan harga produk pada usaha meubel sedangkan penelitian yang dilakukan Sirman Dahwan membahas tentang kajian normatif tentang etika bisnis menurut hukum Islam.

Muhammad Faiz Rosyadi (2012) meneliti tentang pengaruh etika bisnis Islam terhadap *customer* dalam studi kasus bank BPD DIY Cabang Syariah. Hasil

penelitian menyimpulkan hasil pengujian secara persial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel keadilan (*'adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran berpengaruh positif signifikan terhadap *customer retention* di Bank BPD DIY Cabang Syariah. Kesamaan dalam penelitian yang peneliti lakukan ini membahas etika bisnis Islam, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam dalam penetapan harga produk pada usaha meubel sedangkan penelitian yang dilakukan Muhammad Faiz Rosyadi meneliti tentang pengaruh etika bisnis Islam terhadap *customer retention* dalam studi kasus pada bank BPD Cabang Syariah.

Kamalia (2011) meneliti tentang mekanisme penetapan harga dalam pandangan ekonomi Islam (studi kasus pada pedagang asongan di Pelabuhan Sungai Duku Pekanbaru). Hasil penelitian ini membahas mekanisme penetapan harga pada pedagang asongan di Pelabuhan Sungai Duku Pekanbaru yang menetapkan harga diatas harga pasar yang dibebankan kepada pembeli untuk mencari keuntungan yang maksimal dalam pandangan Ekonomi Islam hal tersebut tidak dibenarkan yang mana tidak sesuai dengan etika bisnis dalam Islam dimana para pedagang asongan di Pelabuhan Sungai Duku Pekanbaru ini, menetapkan harga yang tinggi kepada pembeli yang berada di sana, pembeli sangat butuh sedangkan pedagang asongan ini menetapkan harga yang tinggi, pembeli tetap membeli walaupun ada rasa keterpaksaan. Kesamaan dalam penelitian yang peneliti lakukan ini membahas penetapan harga, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam dalam penetapan harga produk pada usaha meubel sedangkan penelitian yang dilakukan Kamalia

tentang mekanisme penetapan harga dalam pandangan ekonomi Islam (studi kasus pada pedagang asongan di Pelabuhan Sungai Duku Pekanbaru).

Afidah Aristiani (2015) meneliti tentang penetapan harga pada Industri rumah tangga pembuatan genteng dalam perspektif marketer syariah (studi kasus kasus pada industri rumah tangga pembuatan genteng di desa meteseh kecamatan boja kabupaten kendal). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan harga pada industri rumah tangga pembuatan genteng sudah sesuai dengan prosedur dengan menggunakan metode penetapan harga berbasis harga yang mencerminkan konsep penetapan harga yang baik yaitu para pengrajin genteng dalam menetapkan harga berdasarkan ongkos dan biaya produksi. Adapun kesamaan dalam penelitian yang peneliti lakukan ini membahas penetapan harga, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam dalam penetapan harga produk pada usaha meubel sedangkan penelitian yang dilakukan Afidah Aristiani meneliti tentang penetapan harga pada Industri rumah tangga pembuatan genteng dalam perspektif marketer syariah (studi kasus kasus pada industri rumah tangga pembuatan genteng di desa meteseh kecamatan boja kabupaten kendal).

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam menyusun penelitian ini terbagi ke dalam lima (5) bab, yang diuraikan sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional,

penelitian terdahulu, landasan teori, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II menjelaskan tentang beberapa pokok teori tentang etika bisnis Islam dalam penetapan harga produk dalam usaha Meubel 2 Saudara Kota Banjarmasin

Bab III menjelaskan tentang sejarah berdirinya usaha Meubel, serta etika bisnis yang dijalankan oleh usaha Meubel 2 Saudara Kota Banjarmasin.

Bab IV memberikan penjelasan tentang hasil penelitian dan pembahasan terhadap etika bisnis Islam dalam penetapan harga produk pada usaha Meubel 2 Saudara Kota Banjarmasin.

Bab V terakhir ini merupakan bab V yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat diberikan pada penelitian tersebut.