

**STRATEGI BERSAING PENGUSAHA MEBEL DI
DESA PEJATEN KECAMATAN BONDOWOSO
KABUPATEN BONDOWOSO DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syari'ah



Oleh :

SURIF

Nim: E20152131

Pembimbing :



Muhammad Saiful Anam, M.Ag

NIP. 19711114200312 1 002

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
AGUSTUS 2020**

**STRATEGI BERSAING PENGUSAHA MEBEL DI
DESA PEJATEN KECAMATAN BONDOWOSO
KABUPATEN BONDOWOSO DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Oleh :

SURIF
NIM: E20152131

Disetujui Pembimbing



Muhammad Saiful Anam, M.Ag
NIP. 19711114200312 1 002

**STRATEGI BERSAING PENGUSAHA MEBEL DI
DESA PEJATEN KECAMATAN BONDOWOSO
KABUPATEN BONDOWOSO DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Hari : Selasa

Tanggal : 25 Agustus 2020

Tim penguji

Ketua Sidang,



Toton Fanshurna, M.El
NIP. 19811224 201101 1 008

Sekretaris



Nur Ika Maulivah, SE., M.Ak
NIP. 198803012018012001

Anggota

1. Dr. Ahmadiono, M.El



2. M. Saiful Anam, M.Ag



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

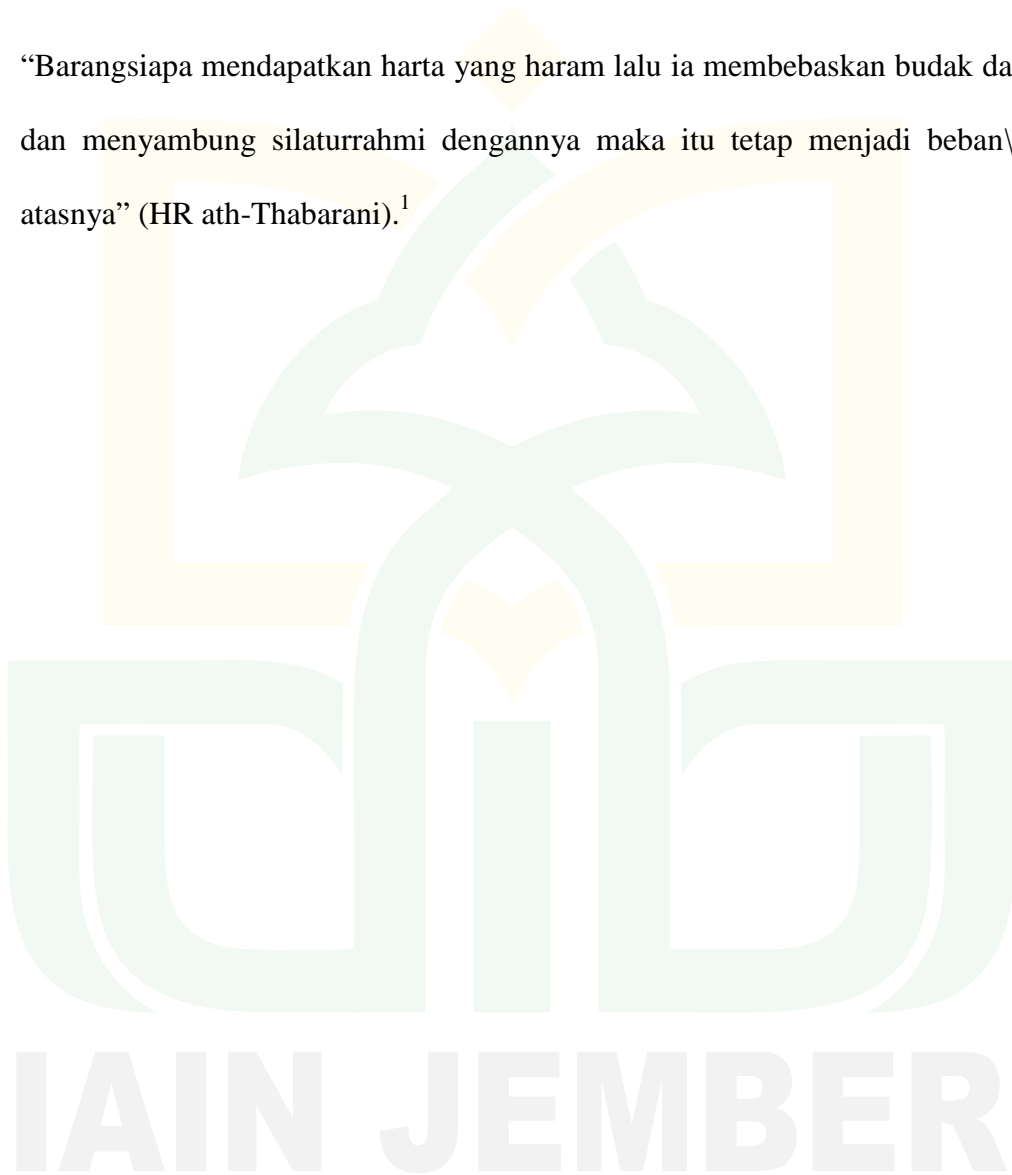



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 19680807200003100

MOTTO

مَنْ كَسَبَ مَالًا مِنْ حَرَامٍ فَأَعْتَقَ مِنْهُ وَوَصَلَ مِنْهُ رَحِمَهُ كَانَ ذَلِكَ إِصْرًا عَلَيْهِ

“Barangsiapa mendapatkan harta yang haram lalu ia membebaskan budak darinya dan menyambung silaturrahi dengannya maka itu tetap menjadi beban\Dosa atasnya” (HR ath-Thabarani).¹



¹ <https://asysyariah.com/kewajiban-mencari-rezeki-yang-halal/> diakses pada tanggal 28 Agustus 2020

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk orang-orang yang telah memberikan arti bagi hidup saya dengan pengorbanan, kasih sayang dan ketulusannya, yaitu :

1. Kepada kedua orang tua saya, Ayahanda Kasim dan terutama kepada Ibunda Endang tercinta yang tak pernah lelah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih atas doa yang tak kunjung henti dipanjatkan.
2. Teman-teman ES4 Ekonomi Syari'ah seperjuangan angkatan 2015.
3. Terimakasih kepada Bapak Muhammad Saiful Anam, M.Ag selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing hingga skripsi ini selesai.
4. Almamater IAIN Jember dan seluruh dosen IAIN Jember khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada saya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segenap puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, dan taufik serta hidayah-Nya sehingga perencanaan, pelaksanaan, dan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Bersaing Pengusaha Mebel Di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” dapat terselesaikan dengan lancar. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW. Semoga kita mendapatkan syafa’atnya di hari kiamat kelak. Aamiin. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi sebagian persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto., SE, MM. selaku Rektor IAIN Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember
3. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari’ah
4. Bapak Dr. Moch Chotib, S.Ag., MM selaku Dosen Wali

5. Bapak Muhammad Saiful Anam, M.Ag selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu dan pemikiran untuk memberikan ilmu dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
6. Dosen IAIN Jember yang telah ikhlas mengajar dan membimbing penulis selama kuliah.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis tercatat sebagai amal shalih yang diterima oleh Allah SWT. Penulis mengakui skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan, baik yang terdapat dalam pembahasan maupun penulisan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan untuk kesempurnaan skripsi ini.

Bondowoso, 02 Juli 2020

IAIN JEMBER

Surif
NIM. E20152131

ABSTRAK

Surif, Muhammad Saiful Anam, M.Ag, 2020: Strategi Bersaing Pengusaha Mebel Di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Di era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan dan teknologi. Kebutuhan tersebut meningkat sebagai akibat jumlah penduduk yang setiap tahun terus bertambah, sehingga menimbulkan persaingan bisnis makin tinggi. Dalam berbisnis manusia sebagai makhluk yang tidak lepas dari perbuatan dosa dan salah yang memiliki banyak kekurangan dalam melakukan Etika yang baik, untuk itu diperlukannya sebuah pedoman yang berupa etika bagaimana cara berbisnis yang baik dan benar.

Fokus Penelitian dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso? 2) Bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso?

Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut, pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, karena dalam penelitian ini nantinya akan menghasilkan data yang bersifat deskriptif mengenai Strategi Bersaing Pengusaha Mebel Di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan: 1) Strategi biaya rendah dengan mengganti jenis kayu Gamelina dan membebaskan sebagian biaya pengiriman pada konsumen, Differensiasi melalui inovasi produk dan pelayanan, dan strategi focus dengan hanya memproduksi lemari. 2) strategi bersaing yang diterapkan oleh pengusaha mebel ada yang sesuai dengan etika bisnis Islam dan ada juga yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Kata kunci: Strategi bersaing, Etika bisnis Islam

ABSTRACT

Surif, Muhammad Saiful Anam, M.Ag, 2020: Competing Strategies of Furniture Entrepreneurs in Pejaten Village, Bondowoso District, Bondowoso Regency in the Perspective of Islamic Business Ethics

In the current era of globalization, the development of the world is so rapid, along with the growing and increasing human needs for clothing, food and technology. These needs increase as a result of the population that continues to grow every year, giving rise to higher business competition. In human business as a creature that is not free from sins and wrongs that have many shortcomings in doing good ethics, for that we need a guideline in the form of ethics on how to do good and right business

The research focus in this study is: 1) What is the strategy for competing furniture entrepreneurs in Pejaten Village, Bondowoso District, Bondowoso Regency? 2) What is the view of Islamic business ethics on the competitive strategy of furniture entrepreneurs in Pejaten Village, Bondowoso District, Bondowoso Regency?

To identify these problems, the research approach used in this study is a qualitative approach, because in this study it will produce descriptive data about the Competitiveness of Furniture Entrepreneurs in Pejaten Village, Bondowoso District, Bondowoso Regency in the Perspective of Islamic Business Ethics. The data collection techniques use interviews, observation, and documentation.

This research concludes: 1) Low cost strategy by replacing Gamelina wood species and charging some shipping costs to consumers, differentiation through product and service innovation, and focus strategy by only producing cabinets. 2) competitive strategies adopted by furniture entrepreneurs are in accordance with Islamic business ethics and some are not in accordance with Islamic business ethics

Key words: *Competitive strategy, Islamic business ethics*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah	8
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian terdahulu	11
B. Kajian Teori.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi Penelitian	43

C. Teknik Penentuan Informan	43
D. Teknik Pengumpulan data	44
E. Analisis Data	47
F. Keabsahan Data	49
G. Tahap-tahap Penelitian	50

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian	52
1. Letak dan Batas Desa Pejaten.....	52
2. Kependudukan	52
3. Struktur Organisasi Desa Pejaten	53
4. Visi dan Misi Desa Pejaten.....	54
5. Sejarah Sentra Industri Mebel	54
6. Jumlah Industri Mebel	56
7. Proses Produksi Mebel di Desa pejaten.....	56
B. Penyajian Data dan Analisis	57
1. Bagaimana strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.....	61
2. Bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.....	69
C. Pembahasan Temuan	74
1. Strategi bersaing pengusaha mebel di desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.....	74

2. Pandangan etika bisnis islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel	78
-------------------------------------------------------------------------------------	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	81
B. Saran-saran	82

DAFTAR PUSTAKA 84

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Pedoman Wawancara
4. Surat Izin Penelitian Skripsi dari IAIN Jember
5. Jurnal Penelitian
6. Surat Keterangan Selesai Penelitian
7. Dokumentasi
8. Biodata Penulis

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

No. Uraian

1.1 Data produk mebel di Desa Pejaten	5
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	20
4.1 Struktur Organisasi Desa Pejaten.....	53
4.2 Rincian Biaya Produksi Kursi Kayu Gamelina.....	58
4.3 Rincian Biaya Produksi Dipan Kayu Gamelina.....	58
4.4 Rincian Biaya Produksi Lemari Kayu Gamelina.....	59
4.5 Rincian Biaya Produksi Bufet Kayu Gamelina.....	59
4.6 Rincian Biaya Produksi Kursi Kayu Jati.....	59
4.7 Rincian Biaya Produksi Dipan Kayu Jati.....	60
4.8 Rincian Biaya Produksi Lemari Kayu Jati.....	60
4.9 Rincian Biaya Produksi Bufet Kayu Jati.....	60

IAIN JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan dan teknologi. Kebutuhan tersebut meningkat sebagai akibat jumlah penduduk yang setiap tahun terus bertambah, sehingga menimbulkan persaingan bisnis makin tinggi. Hal ini terlihat dari upaya-upaya yang dilakukan masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup. Sehingga banyak umat manusia yang bekerja dengan keras untuk mengejar tercapainya penghidupan yang layak. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya manusia memerlukan harta. Salah satu cara manusia untuk memenuhi kebutuhannya adalah dengan cara berbisnis. Mengingat dalam berbisnis itu pasti ada persaingan, maka yang perlu kita lakukan dalam berbisnis adalah menentukan strategi yang tepat dan efisien agar usaha yang kita jalankan tetap hidup dijalur persaingan dalam penentuan strategi kita harus memanfaatkan keunggulan daya saing yang berupa keunggulan kualitas produk, layanan pelanggan, harga yang kompetitif, hubungan yang erat dengan pemasok, pelanggan dan karyawan.¹

Dalam berbisnis manusia sebagai makhluk yang tidak lepas dari perbuatan dosa dan salah yang memiliki banyak kekurangan dalam melakukan etika yang baik. Untuk itu diperlukannya sebuah pedoman yang berupa etika

¹Lisa Bismala, dkk, *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah* (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018), 10.

bagaimana cara berbisnis yang baik dan benar. Etika bisnis merupakan suatu tuntunan menyangkut moral dalam berbisnis, yaitu norma yang mengatur tingkah laku bisnis, jadi dengan adanya etika ini apakah suatu bisnis itu dilakukan dengan baik atau tidak. Yang dikaji bukanlah suatu perusahaan tetapi pelaku bisnis, yaitu orangnya. Yang dinilai baik buruk adalah perilaku orang yang berbisnis tersebut. Pelaksanaan etika bisnis tidak selalu dapat dipaksakan secara fisik atau secara hukum. Baru apabila etika bisnis itu menjadi ketentuan peraturan atau undang-undang positif, pelaksanaan sanksinya dapat dilakukan.²

Etika Bisnis Islam merupakan suatu cara berbisnis yang berpedoman pada nilai-nilai luhur yang ditemukan dalam sumber-sumber ajaran Islam, al-Qur'an dan sunnah yang berisi nilai-nilai moralitas yang menyuruh kepada kebenaran dan kebaikan, kesabaran dan akhlak, serta mencegah dari kepalsuan, penipuan, kecurangan, kejahatan dan kemungkarannya serta mengharuskan bagi pelaku bisnis untuk berhati-hati agar jangan sampai melakukan tindakan yang merugikan orang lain, atau bahkan merugikan dirinya sendiri akibat tindakan-tindakannya dalam dunia bisnis.³

Dalam Islam, aktivitas bisnis termasuk kegiatan muamalah yaitu kegiatan yang berhubungan dengan sesama manusia. Sehingga aturan yang digunakan harus berlandaskan kepada aturan (syariah) Tuhan. Landasan ini dalam muamalah adalah kesejahteraan manusia berdasarkan kepada keadilan

²Richardus Eko Indrajit dan Richardus Djokopranoto, *Proses Bisnis Outsourcing* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2003), 119.

³Aravik Havis, *Sejarah Pemikiran Islam Kontemporer* (Depok: Kencana, 2017), 137.

dan kebijaksanaan. Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai 4 hal utama, yaitu :

1. Target hasil berupa profit materi dan benefit non materi, tujuan bisnis tidak selalu mencari profit tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan/manfaat) non materi, baik bagi sipelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas.
2. Pertumbuhan, jika profit materi dan benefit non materi telah diraih, maka diupayakan pertumbuhan atau kenaikan akan terus menerus meningkat setiap tahunnya dari profit dan benefit tersebut. Upaya pertumbuhan ini tentu dalam koridor syariat islam.
3. Keberlangsungan, pencapaian target hasil dan pertumbuhan terus diupayakan keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama dan dalam menjaga keberlangsungan itu dalam koridor syariat Islam.
4. Keberkahan, faktor keberkahan atau upaya menggapai ridho Allah merupakan puncak kebahagiaan hidup muslim. Para pebisnis harus mematok orientasi keberkahan ini menjadi visi dan misinya.⁴

Salah satu bentuk bisnis untuk menunjang kegiatan manusia dalam hidupnya yaitu usaha mebel, selain sebagai sebuah karya desain yang bersifat fungsional, mebel sangat potensial untuk dapat dikembangkan seluas-luasnya dimasyarakat. Penjualan properti yang terus tumbuh membuat penjualan furnitur juga tak kalah menggeliat, hal ini karena setiap orang yang mempunyai sebuah hunian, pasti yang dicari adalah pelengkap ruangan seperti

⁴Mahmudah, *Islam dan Bisnis Kontemporer* (Jember: Stain Jember Press, 2014), 4.

meja ataupun kursi dan lain-lain. Untuk itu pengusaha mebel harus sadar betul akan beragamnya permintaan konsumennya, mulai dari harga yang murah, kualitas produk yang bagus. Kondisi inilah yang membuat persaingan bisnis kian ketat, untuk itu diperlukan strategi dalam bersaing yang mumpuni untuk dapat memenangkan persaingan pasar furnitur.

Di dalam setiap wilayah Indonesia biasanya terdapat sebuah sentra yang menjadi pusat dalam suatu industri, sentra merupakan suatu kawasan atau lokasi tertentu dimana sejumlah pengrajin yang menggunakan bahan baku yang sama menghasilkan produk yang sama atau sejenis atau bisa juga menghasilkan produk barang yang berbeda dari bahan baku yang sama seperti bahan baku kayu dapat menghasilkan produk mebel dan lain-lain. Suatu kawasan memiliki peran penting dalam perekonomian suatu wilayah, ada yang berpusat di desa, kecamatan dan ada juga yang berpusat di provinsi. Seperti di beberapa sentra kayu yang ada dipulau jawa antara lain: Jepara (Jawa Tengah), Pasuruan (Jawa Timur), Indramayu (Jawa Barat) yang telah cukup lama menjadi kawasan dan sentra ekonomi di daerahnya.⁵ Di Kabupaten Bondowoso, Provinsi Jawa Timur terdapat sebuah desa yang menjadi sentra Industri mebel, yakni Desa Pejaten. Industri mebel di Bondowoso mungkin masih kalah populer dengan daerah-daerah lain seperti Pasuruan dan Jepara. Akan tetapi dalam hal hasil produksi tidak kalah jauh dengan yang ada di daerah Pasuruan, sehingga mebel yang ada di Bondowoso ini mampu bersaing dengan produk-produk luar lokal, hal itu dibuktikan dengan adanya

⁵Yunida Sofiana, "Analisi Strategi Peningkatan Produksi Mebel di Sentra Industri Kayu", *Furniture Production*,1 (April, 2011), 2.

pemasaran yang tidak hanya terjual di daerah lokal, akan tetapi pemasarannya mencapai luar daerah Bondowoso. Sehingga Bondowoso yang saat ini dikenal dengan kota Tape, bukan tidak mungkin kedepannya akan menjadi kota industri mebel.

Tabel 1.1
Data Bisnis produk mebel di Desa Pejaten

Nama pemilik usaha	Volume produksi tahun 2019 per set				Total
	Kursi	Dipan	Lemari	Bufet	
Rafi	36	30	40	31	137
Abdur Rahman	40	32	35	28	135
Abdul Halim	35	25	32	20	112
Rizal	24	27	30	23	104
Nasrun	31	28	36	27	122
Sugik	-	-	97	-	97
Tohari	33	26	38	29	126

Berdasarkan data tabel diatas volume produksi terbanyak dalam satu tahun adalah milik bapak Rafi dengan jumlah volume produksinya sebanyak 137 unit. Sedangkan yang terendah dalam milik bapak Sugik dengan volume produksi dalam setahun sebanyak 97 unit.

Di Bondowoso terdapat sebuah tradisi yang namanya tradisi pak bereng, tradisi pak bereng bisa dikatakan dengan istilah barang bawaan dimana hal tersebut merupakan seserahan harta yang dibawa oleh suami terhadap pihak perempuan. Barang yang akan dibawa oleh pihak suami tersebut dikonotasikan pada seisi rumah atau perabotan rumah, diantaranya yaitu lemari, seperangkat meja kursi, tempat tidur dan lain-lain. Sehingga dengan adanya tradisi ini maka akan membawa berkah terhadap pengusaha mebel yang ada di Bondowoso, terutama di Desa Pejaten yang saat ini menjadi pusatnya industri mebel di Bondowoso. Dari uraian tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi sehingga peneliti tertarik meneleiti dengan judul **“STRATEGI BERSAING PENGUSAHA MEBEL DI DESA PEJATEN KECAMATAN BONDOWOSO KABUPATEN BONDOWOSO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso?
2. Bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso?

C. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian yang dilakukan tentu harus mempunyai tujuan dan manfaat yang ingin diperoleh dari hasil penelitian. Dalam merumuskan tujuan penelitian penulis berpegangan pada masalah yang telah dirumuskan. Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
2. Untuk mengetahui pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing yang digunakan para pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan bondowoso, Kabupaten Bondowoso.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berdampak positif bagi semua pihak serta dapat memperkaya wawasan keilmuan mengenai bahasan teori yang berkaitan dengan Bagaimana strategi bersaing dalam etika bisnis Islam berdasarkan buku-buku ilmiah yang membahas tentang bagaimana etika dalam berbisnis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pengusaha mebel di Desa Pejaten

Untuk memberikan pengetahuan bagaimana dalam Islam itu semua hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan ada aturannya

masing-masing, tidak terkecuali dalam masalah berbisnis. Sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan para pelaku usaha bisa menerapkan prinsip-prinsip yang terkandung dalam etika bisnis Islam dalam merumuskan strategi bersaing yang sehat dan tidak melanggar norma.

b. Manfaat bagi IAIN Jember

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadikan referensi pembelajaran terkait kurikulum untuk mahasiswa IAIN Jember, Khususnya yang berkaitan dengan Strategi Bersaing dalam etika bisnis Islam yang terdapat dalam buku-buku ilmiah sebagai referensi dalam pengaplikasiannya.

c. Bagi peneliti

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat mengetahui bagaimana strategi bersaing yang diterapkan oleh para pelaku usaha mebel di Desa Pejaten.

E. Definisi Istilah

1. Strategi bersaing

Merupakan langkah-langkah strategis yang terencana untuk dapat memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menarik perhatian dari konsumen.⁶

⁶Hartono Lapan Suroto, Strategi bersaing dalam Bisnis <https://www.gomarketingstrategic.com/strategi-bersaing-dalam-bisnis/> (di akses pada tanggal 4 Desember 2019)

2. Mebel

Mebel adalah perlengkapan rumah yang mencakup semua barang rumah tangga seperti kursi, meja dan lemari.⁷

3. Etika bisnis Islam

Merupakan salah satu bentuk implementasi nilai-nilai keislaman di dalam aktivitas bisnis. Etika bisnis Islam bersumber langsung pada firman Allah dan Hadits Nabi, kemudian diadopsi menjadi tata nilai dan norma. Tata nilai dan norma itulah yang akan mengatur etika, akhlak atau tingkah laku seorang muslim.⁸

F. Sistematika Pembahasan

Bab I adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, serta definisi istilah dan diakhiri dengan sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang penelitian terdahulu dan kajian teori yang erat kaitannya dengan masalah yang sedang diteliti yaitu strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso dalam perspektif etika bisnis Islam.

Bab III menguraikan secara jelas tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, keabsahan data dan tahap – tahap penelitian.

⁷Nathael Sitanggang dan Putri Lynna, *Manajemen Kewirausahaan Furnitur* (Sleman: CV BudiUtama, 2019), 8.

⁸Galuh Anggaryeny, “pembelajaran dan implementasi Etika Bisnis Islam : Studi pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta”, *Islamic Business Ethics*, 2 (Juli, 2017), 235.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian lapangan yang pada hakikatnya merupakan data – data yang dihasilkan melalui teknik pengumpulan data yang digunakan untuk dianalisis sesuai dengan teknik yang ditetapkan dalam pembahasan skripsi ini. Pada bab ini membahas tentang bagaimana strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso dalam perspektif etika bisnis Islam.

Bab V berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan terhadap permasalahan yang telah diuraikan serta saran bagi semua pihak yang terkait dengan strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso dalam perspektif etika bisnis Islam.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Untuk mengetahui keaslian yang akan dihasilkan dalam penelitian ini, maka perlu disajikan beberapa hasil kajian atau penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya berkaitan dengan Strategi Bersaing, beberapa penelitian tersebut ialah :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Novita Sa'adatul Hidayah tentang "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", (2015). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian persaingan yang terjadi di Pasar Granefo berupa persaingan tempat, harga, dagangan dan pelayanan. Yang mana dalam persaingan tersebut sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis Islam meskipun masih ada beberapa yang melakukan persaingan tidak sehat demi meraih pembeli dan keuntungan sebanyak-banyaknya.⁹

Yang menjadi perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Novita Sa'atul Hidayah dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Novita Sa'atul Hidayah yang dijadikan subjeknya adalah para pedagang di

⁹Novita Sa'adatul Hidayah, "*Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Granefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Semarang, 2015).

pasar. Sedangkan dalam penelitian subjeknya adalah para pengusaha mebel. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Novita Sa'adul Hidayah adalah metode penelitian yang di gunakan menggunakan metode penelitian kualitatif dan Kajian teorietika bisnis Islam.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Anis Sholihah tentang “Analisis Strategi Bersaing dalam Pengembangan Produk di Home Industri kelompok Usaha bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo”, (2015). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian strategi bersaing yang diterapkan oleh Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya dalam pengembangan produk adalah strategi diferensiasi. Yang mana strategi diferensiasi tersebut meliputi bentuk produk, kualitas bahan baku, dan kemasan. Sedangkan dalam pandangan Islam terkait strategi bersaing yang dijalankan oleh Kelompok Usaha Tani Bersama Kucai Jaya sudah sesuai.¹⁰

Yang menjadi perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Anis Sholihah dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anis Sholihah yang dijadikan subjeknya adalah para petani Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya. Sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya

¹⁰Anis Sholihah, “Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk di Home Industri kelompok Usaha bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Semarang, 2015).

adalah para pengusaha mebel. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Anis Sholihah adalah metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kajian teori Etika Bisnis Islam.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Yesi Octavia yang berjudul “Analisis Persaingan Pedagang Klontongan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pedagang Klontongan Pasar Berculuk Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi)”, (2016). Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Jember. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian persaingan yang terjadi di pasar Berculuk ada beberapa macam yaitu, persaingan kualitas barang, persaingan harga, persaingan pelayanan. Sedangkan dalam pandangan etika bisnis Islam tentang persaingan yang terjadi di pasar Berculuk sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.¹¹

Yang menjadi perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Yesi Octavia dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yesi Octavia yang menjadi subjeknya adalah para pedagang klontongan. Sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah para pengusaha mebel. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan

¹¹Yesi Ockita Sari, “Analisis Persaingan Pedagang Klontongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pedagang Klontongan Pasar Berculuk Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi)”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2016).

oleh Yesi Octavia adalah metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kajian teori etika bisnis Islam.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Septi Budi Utami tentang “Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam”, (2016). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian strategi-strategi yang dilakukan oleh pengusaha tahu desa Limbangan untuk menghadapi persaingan antar pengusaha meliputi: harga yang seimbang dan produk yang berhubungan dengan ukuran dan teknologi yang digunakan. Dan persaingan antar pengusaha tahu sudah sesuai dengan nilai-nilai dalam etika bisnis Islam.¹²

Yang menjadi perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Septi Budi Utami dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Septi Budi Utami yang menjadi subjeknya adalah para pengusaha tahu. Sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah para pengusaha mebel. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Septi Budi Utami adalah metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kajian teori etika bisnis Islam.

¹²Septi Budi Utami, “*Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam*”, (Skripsi, Institut Agama Islam Purwokerto, Purwokerto, 2016).

5. Penelitian yang dilakukan oleh Irna Sari tentang “Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha”, (2017). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian pedagang ada yang mengetahui tentang etika dan menerapkannya dan ada juga yang mengetahui namun tidak menerapkannya.¹³

Yang menjadi perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Irna Sari dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Irna Sari yang menjadi subjeknya adalah para pedagang. Sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah para pengusaha mebel. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Irna Sari adalah metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kajian teori etika bisnis Islam.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Nining Isnayni tentang “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo”, (2017). Fakultas Syari’ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil

¹³Irna Sari, “Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Makassar, 2017).

penelitian persaingan yang terjadi di desa Karanganyar, meliputi: a) persaingan produksi; b) persaingan produk; c) persaingan harga; d) persaingan pemasaran. Persaingan yang terjadi antar pengusaha tahu di Desa Karanganyar sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, dan ada juga yang melakukan praktek persaingan tidak sehat.¹⁴

Yang menjadi perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Nining Isnayni dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nining Isnayni yang menjadi subjeknya adalah produsen tahu. Sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah para pengusaha mebel. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nining Isnayni adalah metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kajian teori etika bisnis Islam.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Ismatul Chalimah tentang “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto)”, (2017). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Islam Institu Agama Islam Negeri Purwokerto. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian strategi-strategi yang digunakan oleh Toko Grosir Al-Araffah untuk memenangkan persaingan adalah dengan strategi mengutamakan inovasi pada produknya yang seperti penggunaan peyet

¹⁴Nining Isnayni, “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta, 2017).

hijab, penggunaan bordir dan menjual produk sesuai selera konsumen. Dan untuk penerapan etika bisnis Islam setidaknya sudah sesuai dengan prinsip-prinsip tentang kejujuran, pelayanan yang baik, mengedepankan kebaikan dengan prinsip halal dan haram, dan menerapkan strategi pemasaran sesuai syariat Islam.¹⁵

Yang menjadi perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Ismatul Chalimah dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ismatul Chalimah yang menjadi subjeknya adalah penjual perlengkapan umat muslim. Sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah para pengusaha mebel. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismatul Chalimah adalah metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kajian teori etika bisnis Islam.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Karlinda Fitriani tentang “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo”, (2018). Fakultas Syariah, Institut agama Islam Negeri Ponorogo. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian persaingan pengrajin Genteng di desa Wringinanom, kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo berupa persaingan pemasaran yang sudah

¹⁵Ismatul Chalimah, “*Implementasi Etika Bisnis Islam dalm Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto)*”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Purwokerto, 2017).

sesuai dengan etika bisnis Islam, meskipun masih ada beberapa etika yang belum dipenuhi oleh para pengrajin.¹⁶

Yang menjadi perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Karlinda Fitriani dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Karlinda Fitriani yang menjadi subjeknya adalah pengrajin genteng. Sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah para pengusaha mebel. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Karlinda Fitriani adalah metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kajian teori etika bisnis Islam.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzi Novit Saputra tentang “Analisis Strategi Bersaing Pada CV.Virgo Furniture Edi Sukoharjo Solo”, (2018). Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian strategi bersaing yang diterapkan oleh CV.Virgo Furniture di Sukoharjo Solo adalah strategi SO (Strength Opportunities). Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan guna menangkap peluang yang dimiliki perusahaan

¹⁶Karlinda Fitriani, “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng Di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo*”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo, 2018).

menggunakan media promosi yang tepat sasaran yaitu dengan metode internet.¹⁷

Yang menjadi perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh Fauzi Novit Saputra dengan peneliti adalah pembahasan kajian teori. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fauzi Novit Saputra tidak menggunakan teori etika bisnis Islam. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teori etika bisnis Islam. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzi Novit Saputra adalah metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif dan subjeknya adalah pengusaha mebel.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Intan Zhaarofah tentang “Strategi Pemasaran Busana Muslim dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Pada Konveksi UD. Larasati Botoran Tulungagung)”, (2019). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran yang digunakan berupa 4P. Dalam hal produk UD. Larasati selalu menjaga kualitas produk. Penetapan harga terbentuk dari jumlah biaya tambah dengan presentase laba atau keuntungan yang diinginkan perusahaan. Promosinya menggunakan komunikasi dari mulut ke mulut. Dan untuk

¹⁷Fauzi Novit Saputra, “Analisis Strategi Bersaing Pada CV. Virgo Furniture di Sukoharjo Solo”, (Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, Yogyakarta, 2018).

place, perusahaan memiliki saluran distribusi langsung dan tidak langsung.¹⁸

Yang menjadi perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Intan Zhaarofah dengan penelitian ini terletak pada kajian teori dan subjek penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Intan Zhaarofah kajian teori membahas tentang strategi pemasaran dan subjek penelitiannya adalah pengusaha konveksi busana Muslim. Sedangkan dalam penelitian ini tidak ada kajian teori strategi pemasaran dan subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha mebel. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Intan Zhaarofah adalah metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif.

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Novita Sa'adatul Hidayah, 2015, "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam".	Sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Terletak pada subjek yang diteliti.
2	Anis Sholihah, 2015, "Analisis Strategi Bersaing dalam Pengembangan Produk di Home Industri Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo".	Sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Terletak pada subjek yang diteliti.
3	Yesi Octavia tentang, 2016, "Analisis Persaingan Pedagang	Sama-sama menggunakan teori	Terletak pada subjek yang

¹⁸Intan Zhaarofah, "Strategi Pemasaran Busana Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Pada Konveksi UD. Larasati Botoran Tulungagung)", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Tulungagung, 2019).

	Klontongan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pedagang Klontongan Pasar Berculuk Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi)".	etika bisnis Islam dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	diteliti.
4	Septi Budi Utami, 2016, "Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam".	Sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Terletak pada subjek yang diteliti.
5	Irna Sari tentang, 2017 "Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha".	Sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Terletak pada subjek yang diteliti.
6	Nining Isnayni, 2017, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo".	Sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Terletak pada subjek yang diteliti.
7	Ismatul Chalimah, 2017, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto)".	Sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Terletak pada subjek yang diteliti.
8	Karlinda Fitriani, 2018, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo".	Sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Terletak pada subjek yang diteliti.
9	Fauzi Novit Saputra, 2018, "Analisis Strategi Bersaing Pada CV.Virgo Furniture Edi Sukoharjo Solo".	Terletak pada subyek yang diteliti yaitu sama-sama pengusaha mebel.	Terletak pada kajian teori.
10	Zhaarofah tentang, 2019, "Strategi Pemasaran Busana	Sama-sama menggunakan metode	Terletak pada subjek

Muslim dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Pada Konveksi UD. Larasati Botoran Tulungagung)".	penelitian kualitatif.	penelitian dan kajian teori.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------	------------------------------

B. Kajian Teori

1. Strategi bersaing

a. Pengertian Strategi Bersaing

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategos* (*Stratos* adalah militer dan *og* adalah memimpin) yang berarti sesuatu yang dikerjakan oleh para Jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clausewitz. Maka tidak mengherankan apabila istilah strategi sering digunakan dalam kancah peperangan. Apabila istilah strategi digunakan pertama kali dalam dunia militer.¹⁹

Menurut Arthur, strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target).²⁰

Menurut Husein Umar, strategi bersaing adalah perumusan untuk meningkatkan daya saing perusahaan di mata pelanggan atau calon pelanggan. strategi bersaing memberikan keunggulan sehingga

¹⁹Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 11.

²⁰Ibid., 12.

membedakannya dengan perusahaan lain dan menimbulkan persaingan dengan pelanggan tersegmentasi.²¹

Robert Grant, menyatakan keunggulan bersaing bahwa ketika dua perusahaan bersaing (pada pasar dan pelanggan yang sama), satu perusahaan memiliki keunggulan bersaing atas perusahaan lainnya terjadi ketika perusahaan tersebut mendapatkan tingkat keuntungan dan memiliki potensi mendapatkan laba yang lebih tinggi.²²

b. Macam-macam Strategi bersaing

Menurut Porter, jika perusahaan ingin meningkatkan usahanya dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus memiliki prinsip berbisnis, yaitu produk dengan harga tinggi atau produk dengan biaya rendah, bukan kedua-duanya. Berdasarkan Konsep ini, Porter menyatakan terdapat tiga strategi yaitu:²³

1) Strategi Biaya Rendah

Strategi biaya rendah adalah kemampuan organisasi bisnis untuk merancang, membuat dan memasarkan produk yang sama dengan kompetitor tetapi dengan biaya yang lebih efisien (minimal).²⁴

Pada konsep strategi ini, perusahaan bersiap menjadi produsen berbiaya terendah dalam industri dengan memberikan

²¹Aprizal, *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*, (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2018), 57.

²²Ibid., 57.

²³Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 34.

²⁴Efri Novianto, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 50.

harga jual yang lebih murah daripada harga yang diberikan pesaingnya dengan nilai atau mutu produk yang sama. Dalam hal ini, sumber keunggulan biaya bervariasi bergantung pada struktur industri. Sumber-sumber tersebut dapat mencakup pengajaran skala ekonomis, teknologi milik sendiri, akses preferensial ke bahan mentah, dan faktor-faktor lainnya.²⁵

Seandainya dapat mencapai dan mempertahankan keseluruhan keunggulan biaya perusahaan akan menjadi perusahaan berkinerja tinggi dalam industrinya apabila dapat menguasai harga pada rata-rata industri. Dengan harga yang sama atau lebih rendah dibandingkan pesaing-pesaingnya, posisi berbiaya rendah dari pemimpin biaya diwujudkan dalam keuntungan yang lebih tinggi. Akan tetapi, pemimpin biaya tidak dapat mengabaikan basis diferensiasi. Jika produknya dirasakan sebanding atau dapat diterima oleh pembeli, biaya akan terpaksa memotong harga jauh di bawah harga pesaing untuk mendapatkan penjualan. Hal ini dapat menyadarkan keuntungan dari posisi biayanya yang baik.²⁶

2) Strategi Diferensiasi

Dengan strategi ini perusahaan berusaha menjadi unik dalam industrinya untuk berbagai dimensi yang secara umum di hargai pembeli. Caranya adalah dengan menciptakan persepsi

²⁵Musa Hubeis dan Mukhamad Najib, *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi* (Jakarta; PT Elex Media Komputindo, 2008), 85-86.

²⁶*Ibid.*, 85-86.

terhadap nilai tertentu bagi konsumennya. Perusahaan menyeleksi satu atau lebih atribut yang dipandang penting oleh banyak pembeli dalam suatu industri dan secara unik menempatkan diri untuk memenuhi kebutuhan itu misalnya keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan brand image yang lebih unggul.

Cara melakukan diferensiasi bergantung pada jenis industri atau didasarkan pada produk itu sendiri, seperti teknik penjualannya, pendekatan pemasaran, dan faktor-faktor lainnya.²⁷

Diferensiasi jika tercapai, merupakan strategi yang baik untuk menghasilkan laba di atas rata-rata dalam suatu industri karena strategi ini menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kelima kekuatan persaingan, meskipun dengan cara yang berbeda dari strategi keunggulan biaya. Diferensiasi memberikan penyekat terhadap persaingan karena adanya loyalitas merek dari pelanggan dan mengakibatkan berkurangnya kepekaan terhadap harga. Diferensiasi juga meningkatkan margin laba yang menghindarkan kebutuhan akan posisi biaya rendah. Kesetiaan pelanggan yang dihasilkan atas keunikan menciptakan hambatan masuk. Diferensiasi menghasilkan margin yang lebih tinggi yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kekuatan pemasok, dan jelas mengurangi kekuatan pembeli, karena pembeli tidak mempunyai

²⁷Ibid., 86.

alternatif yang dapat dibandingkan sehingga oleh karena itu menjadi kurang peka harga. Akhirnya, perusahaan yang telah mendiferensiasikan dirinya untuk mendapatkan kesetiaan pelanggan akan berada pada posisi yang lebih baik terhadap produk pengganti ketimbang para pesaingnya.²⁸

3) Strategi Fokus

Strategi fokus adalah strategi yang memfokuskan diri pada satu atau lebih segmen pasar yang sempit daripada mengejar pasar yang lebih besar.²⁹ Strategi ini berbeda dengan strategi lainnya karena menekankan pilihan akan cakupan bersaing yang sempit dalam suatu industri. Penganut strategi fokus memilih suatu segmen dalam industri bersangkutan dan menyesuaikan strateginya untuk melayani dengan cara mengesampingkan yang lain. Dengan mengoptimalkan strateginya untuk segmen sasaran, penganut strategi fokus berusaha mencapai keunggulan bersaing dalam segmen sasaran walaupun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan.

Strategi fokus memiliki dua varian, yaitu fokus biaya dan fokus diferensiasi. Untuk fokus biaya, perusahaan mengusahakan keunggulan bersaing dalam segmen sasarannya. Sebaliknya, untuk fokus diferensiasi, perusahaan mengusahakan diferensiasi dalam

²⁸ Ike Septiyorini, "Analisis Penggunaan Strategi Generik Terhadap Kinerja Pada Lembaga Pendidikan Luar Sekolah Di Kota Malang", *Jurnal Wacana*, 3 (Juli, 2009), 564.

²⁹M. Suyanto, *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2009), 15.

segmen sasaran. Seandainya perusahaan dapat mencapai keunggulan biaya yang dapat dipertahankan (fokus biaya) atau (diferensiasi) dalam segmennya dan segmen tersebut menarik secara struktural, penganut strategi fokus akan menjadi perusahaan yang berkinerja tinggi dalam industrinya. Daya tarik struktural segmen menjadi kondisi yang diperlukan karena beberapa segmen dalam industri jauh kurang menguntungkan dibandingkan dengan yang lain. Untuk beberapa strategi fokus yang dapat dipertahankan dalam suatu industri sering ada ruang asalkan penganut strategi ini memilih segmen sasaran yang berbeda. Kebanyakan industri memiliki berbagai macam segmen dan setiap segmen memiliki kebutuhan pembeli yang berbeda yang menjadi sasaran untuk strategi fokus.³⁰

4) Aliansi Strategi

Aliansi strategi merupakan persekutuan yang berlangsung selama periode tertentu dimana para sekutu menyumbangkan keterampilan dan keahlian mereka untuk suatu proyek kerja sama.³¹

Aliansi strataegi dapat dilihat sebagai kesepakatan antaruit usaha untuk bekerja bersama-sama dalam mencapai tujuan strategis. Bentuk kerja sama tersebut adalah berbagi sumber daya seperti kerja sama pemasaran, distribusi, kesepakatan lisensi,

³⁰Hubeis dan Najib, *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*, 87.

³¹ John A, Pearce II dan Richard B.Robinson, *Manajemen Strategis*(Jakarta: Salemba Empat, 2008), 289.

penelitian, dan pengembangan kemitraan. Aliansi strategi digunakan untuk memperkuat posisi unit usaha dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.³²

c. Tujuan Strategi Bersaing

Menurut Amstrong, terdapat lima tujuan pelaksanaan strategi bersaing yaitu:

- 1) Membentuk suatu positioning yang tepat, perusahaan berusaha untuk menunjukkan suatu image atau citra tersendiri mengenai perusahaan kepada pelanggan atau pasar sasaran.
- 2) Mempertahankan pelanggan yang setia, pelanggan yang setia bagaikan kekayaan untuk masa depan, yang jika dikelola dengan baik akan memberikan aliran pemasukan seumur hidup yang baik kepada perusahaan.
- 3) Mendapatkan pangsa pasar baru, perusahaan berusaha untuk mendapatkan dan memperluas pangsa pasar dengan menggunakan strategi bersaing mereka masing-masing untuk meraih pasar seluas-luasnya.
- 4) Memaksimalkan penjualan, proses untuk memaksimalkan laba atau keuntungan tergantung dari efektifitas strategi bersaingnya, selain itu juga bergantung pada seluruh sistem yang ada dalam perusahaan serta unit-unit fungsional lainnya.

³² Anang Hidayat, "Aliansi Strategi Dalam Membangun Keunggulan Kompetitif Usaha Kecil Menengah Di Indonesia", *Strategic Alliance*, 16 (April 2013), 3.

5) Memaksimalkan kinerja bisnis yang efektif, perusahaan harus menciptakan kinerja bisnis yang efektif, agar bisnis mereka dapat dikelola secara strategis, yaitu dengan mendefinisikan : kelompok pelanggan yang akan dilayani, kebutuhan pelanggan yang akan dipenuhi, serta teknologi yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.³³

2. Etika Bisnis Islam

a. Konsep Etika Bisnis Islam

1) Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari kata Yunani (*ethos*) yang berarti adat, watak atau kesusilaan, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*). Etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala sesuatu yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari generasi ke generasi yang lain.³⁴

Kata bisnis dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*business*” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Menurut Buchari Alma, pengertian bisnis tujuan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang

³³Muhammad Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 118.

³⁴Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 24.

dibutuhkan oleh masyarakat. Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.³⁵

Etika Bisnis Islam adalah hal-hal yang menyangkut apa-apa yang boleh dan tidak boleh, yang baik dan tidak baik dilakukan dalam berbisnis. Etika Bisnis Islam adalah penerapan-penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah Nabi dalam berbisnis.³⁶

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengertian diatas dapat dikatakan bahwa pengertian etika bisnis Islam tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi.³⁷

2) Urgensi Etika Bisnis Islam

Bagaimanapun perilaku mencerminkan akhlak (etika) seseorang, atau dengan kata lain, perilaku ber-relasi dengan etika. Apabila seseorang taat pada etika, berkecenderungan akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakannya, tanpa kecuali dalam aktivitas bisnis.

³⁵Ibid., 28.

³⁶Abd Haris, *Etika Hamka* (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2010),151.

³⁷Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam*, 36.

Secara konkret bisa diilustrasikan jika seorang pelaku bisnis yang peduli dengan pada etika, bisa diprediksi ia akan bersikap jujur, amanah, adil, selalu melihat kepentingan orang lain dan sebagainya. Sebaliknya bagi mereka yang tidak mempunyai kesadaran akan etika, dimanapun dan kapanpun saja tipe kelompok orang kedua ini akan menampakkan sikap kontra produktif dengan sikap tipe kelompok orang pertama dalam mengendalikan bisnis.³⁸

Untuk itu urgensi etika dalam aktivitas bisnis dapat ditinjau dari berbagai aspek yaitu :

- a) Aspek teologis, bahwasannya etika dalam Islam merupakan ajaran Tuhan yang diwahyukan kepada Rasulullah saw. Baik dalam bentuk al-Qur'an maupun Sunnah.
- b) Aspek watak manusia, watak manusia yang cenderung mendahulukan keinginan daripada kebutuhannya. Bukankah watak dasar manusia itu secara universal adalah bersifat serakah (tamak) dan cenderung mendahulukan keinginannya yang tidak terbatas dan tidak terukur daripada sekedar memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk itu mereka butuh pencerahan agar sadar pokok yang paling penting adalah memenuhi kebutuhan. Apabila tidak, niscaya dalam melakukan bisnis mereka akan menghalalkan segala cara hanya demi meraih keuntungan yang sesat.

³⁸Muhammad jakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: Penebar Plus imprint dari Penebar wadaya, 2012), 29.

- c) Aspek sosiologis, dalam realitas sebagai akibat dari perilaku manusia yang cenderung amoral, pada akhirnya akan melahirkan konteks persaingan yang tidak sehat dan semakin keras dalam dunia global. Dengan kenyataan ini sudah selayaknya perlu adanya ajaran etika dalam dunia bisnis agar perilaku bisnis memahami dan menyadari mana wilayah yang sah dilakukan, dan mana wilayah yang tidak boleh dilanggar dalam melakukan usaha.
- d) Perkembangan teknologi, perkembangan yang semakin pesat dengan berbagai ragamnya disatu sisi banyak menghasilkan nilai positif yang semakin mempermudah dan mempercepat pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Namun disisi lain dampak negatifnya pasti akan terjadi. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi terjadinya praktik penyimpangan etika tersebut yang bersifat negatif kehadiran etika bisnis Islam sangatlah signifikan sekali.
- e) Aspek akademis, bertolak dari keempat aspek sebagaimana diatas, maka sudah selayaknya apabila etika bisnis dijadikan mata kajian akademis baik masa kini maupun yang akan datang. Sehingga kajian tentang etika dalam bisnis agar selalu menghasilkan teori-teori baru yang dapat diaplikasikan dalam dunia bisnis yang aktual dan kontekstual. Dengan harapan

agar para pelaku bisnis mempunyai sandaran nilai yang dapat dijadikan pedoman dalam dunia usaha.³⁹

b. Etika Bersaing Dalam Islam

1) Jujur

Menurut An-Nawawi, jujur adalah sikap seseorang yang benar dalam segala kondisi baik dalam niat, ucapan maupun perbuatan, dan mereka benar-benar dalam keimanan dan ketakwaan kepada Allah.

Kejujuran berarti melakukan dan mengatakan apa yang benar untuk yang terbaik dari pengetahuan seseorang. Sudah jelas bahwasannya terlarang dalam Islam untuk berbohong atau menipu dalam segala situasi. Kejujuran dan kepercayaan adalah pusat untuk manajemen yang efektif. Hal ini menjaga manusia dari godaan untuk menyalahgunakan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Dan kebenaran mencerminkan tanggung jawab pribadi atas setiap perilaku, tindakan dan perkataan. Dalam membangun usaha dan menjalankan rutinitas keseharian, seseorang hendaknya mengutamakan kejujuran dan memupuk motivasi untuk jujur. Keutamaan jujur, tercelanya dusta, memperingatkan dari berbuat dusta dan sesungguhnya dusta merupakan sebab hilangnya keberkahan termasuk didalamnya aktivitas muamalah.

³⁹Ibid., 31-34.

Dalam sebuah hadits Rasulullah SAW bersabda:

Artinya: “Penjual dan pembeli berhak memperoleh khiyar selama mereka berdua belum berpisah. Jika mereka berlaku jujur dan menjelaskan apa adanya akan diberkati dalam transaksinya. Jika keduanya menutup-nutupi dan berdusta, maka sekalipun mendapatkan keuntungan, keuntungan itu akan kehilangan berkah” (HR. Bukhari dan Muslim)⁴⁰

2) Adil

Dalam bahasa Indonesia kata “adil” arti diartikan sebagai tidak berat sebelah, tidak memihak atau berpihak kepada yang benar, berpegang kepada kebenaran atau tidak sewenang-wenang. Bentuk kata jadiannya adalah “keadilan” yang berarti sifat (perbuatan, perlakuan dan sebagainya) yang adil. Pengertian tersebut memberikan pemahaman bahwa keadilan menekankan pentingnya menempatkan sesuatu secara proporsional, tidak berat sebelah, tidak pilih kasih dan tidak sewenang-wenang.⁴¹

Secara terminologis baik dari sudut pandang agama maupun filosof, keadilan merupakan prinsip ketahanan moral (kebijakan), yaitu memberikan sesuatu kepada setiap orang yang sesuai hak yang harus diperolehnya, memperlakukan semua orang sama, perlakuan yang sama terhadap orang yang mempunyai hak yang sama, kemampuan, tugas dan fungsi yang sama.⁴²

⁴⁰Firman Menne, *Nilai-Nilai Spiritual Dalam Entitas Bisnis Syariah* (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2017), 29-32.

⁴¹Yakzan Hamzah dan Hamzah Hafied, *Etika Bisnis Islam* (Makassar: Kretakupa Print, 2014), 45.

⁴²Ibid., 46.

Adil disini mengandung makna bahwa dalam setiap aktivitas ekonomi yang dijalankan tidak terjadi suatu tindakan yang menzalimi orang lain.⁴³

Dalam Q.S Al-Maidah ayat 8 Allah berfirman memerintahkan untuk berbuat adil :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْا ۗ اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ مَّا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (QS. Al-Maidah:8)⁴⁴

Dari uraian di atas menuntut agar keadilan ini bisa diwujudkan dalam setiap kehidupan sistem ekonomi syariah juga demikian bahkan pencapaian keadilan secara ekonomi menjadi tujuan dari implementasi sistem ekonomi syariah.⁴⁵

3) Tanggung Jawab

Islam sangat menekankan pada sikap tanggung jawab walaupun tidaklah berarti mengabaikan kebebasan individu. Ini

⁴³M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, Teori Ekonomi Islam: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2010), 32.

⁴⁴ QS. Al-Maidah: 8.

⁴⁵Hamzah dan Hafied, *Etika Bisnis Islam*, 48.

berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kehendak yang bertanggung jawab, manusia harus mempertanggungjawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia bahkan paling penting adalah telah di hadapan Tuhan. Tanggung jawab muslim yang sempurna tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya.

Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktivitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai satu tumbuhan yang dapat tercapai, atau ketika sedang tidak baik dan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang dan menjual barang melakukan perjanjian dan lain sebagainya.⁴⁶

4) Tidak menjelek-jelekan bisnis orang lain

Setiap bisnis pasti mencari keuntungan, bahkan kalau perlu melakukan berbagai cara. Sayangnya demi keuntungan kerugian banyak orang yang terjebak dengan melakukan perbuatan tidak terpuji, misalnya dengan cara menjelek-jelekan

⁴⁶Erly Uliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Ummul Qura*, 1 (Maret 2016), 69.

bisnis pesaingnya, sehingga bisnis pesaingnya jatuh reputasinya. Akibatnya pelanggan lari dan berpindah ke dirinya.

Menjelek-jelekan bisnis orang lain yang merupakan Pesaingnya merupakan tindakan pengecut. Islam membenarkan adanya persaingan usaha dan melarang praktik monopoli. Persaingan bisnis berdampak positif jika dilakukan dengan cara-cara yang terpuji. Misalnya dengan cara memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, seperti menjual barang yang berkualitas baik tetapi dengan harga yang murah, memberikan penjelasan tentang manfaat dari produk yang dijualnya dari sisi baik dan buruk, bersikap ramah baik kepada konsumen, memberi kenyamanan kepada konsumen saat mereka berbelanja, memberikan bonus kepada konsumen yang mendorong produk kita dan lain sebagainya.

Dalam sebuah Hadits Rasulullah SAW bersabda :

Artinya: “janganlah seseorang di antara kalian melakukan jula beli dengan menjelekan apa yang dijual orang lain” (HR. Bukhari dan Muslim)⁴⁷

c. Larangan Dalam Etika Bisnis Islam

1) Riba

Riba secara literal berarti peningkatan dan penambahan. Al-Qur'an juga mempergunakan istilah ini untuk menyatakan peningkatan/tambahan yang signifikan. Secara teknikal riba berarti

⁴⁷Amirullah Syarbini & J.Haryadi, *Muhammad Sebagai Bisnisan Ulung* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), 98-99.

penambahan jumlah hutang dalam waktu yang ditentukan karena masa pinjaman dipanjangkan waktunya, atau orang yang meminjam tidak mampu membayar pada waktu yang telah ditentukan.⁴⁸

Riba jelas-jelas dilarang agama islam. Pengharaman riba itu bisa kita lihat dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah: ayat 275-276 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ
الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ
فَأَنْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾ يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ
﴿٢٧٦﴾ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ﴿٢٧٦﴾

Artinya: orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya (275). Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah

⁴⁸Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta Timur, 2001), 126-127.

tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa (276).⁴⁹

Al-Qur'an hadir dengan nilai-nilainya untuk membangun kesejahteraan umat manusia yang seimbang antara dunia dan akhirat, antara individu dan masyarakat. Dalam aspek ekonomi dan bisnis, Al-Qur'an menawarkan prinsip keadilan dan kesucian yaitu melarang pemilikan harta yang terlarang (haram), terlarang cara dan proses memperolehnya dan terlarang pada dampak pengelolaannya jika merugikan pihak lain.⁵⁰

2) Tadlis

Tadlis adalah sesuatu yang mengandung unsur penipuan. Unsur ini tidak hanya dalam ekonomi syariah melainkan juga dalam ekonomi konvensional. Tadlis dalam berinvestasi adalah menyampaikan sesuatu yang dalam transaksi bisnis dengan informasi yang diberikan tidak sesuai fakta yang ada pada sesuatu tersebut, yang termasuk dalam penipuan.⁵¹

Dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 Allah SWT berfirman:

⁴⁹QS, Al-Baqarah: 275-276.

⁵⁰Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 154.

⁵¹Abdul Manan, *Peranan Hukum Dalam Pembangunan Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media, 2014),169.

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

Artinya: “hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (QS. An-Nisa: 29).⁵²

Ayat diatas, Allah SWT melarang hamba-hambanya yang beriman memakan harta sebagian lainnya dengan bathil, yaitu dengan berbagai usaha yang tidak syar’i, tadlis termasuk memakan harta secara bathil karena merupakan penipuan dan merugikan pihak lain.⁵³

3) Gharar

Gharar berasal dari bahasa arab yang berarti keraguan, tipuan, atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan orang pihak lain. Suatu akad yang mengandung unsur penipuan mengenai tidak adanya kepastian, baik mengenai ada atau tidaknya obyek akad, besar kecilnya jumlah, maupun kemampuan menyerahkan obyek yang disebutkan dalam akad tersebut.

Menurut Imam al-Qarafi, gharar adalah suatu akad yang tidak diketahui secara tegas apakah efek akad terlaksana atau tidak, misalnya jual beli burung yang masih di udara atau ikan yang

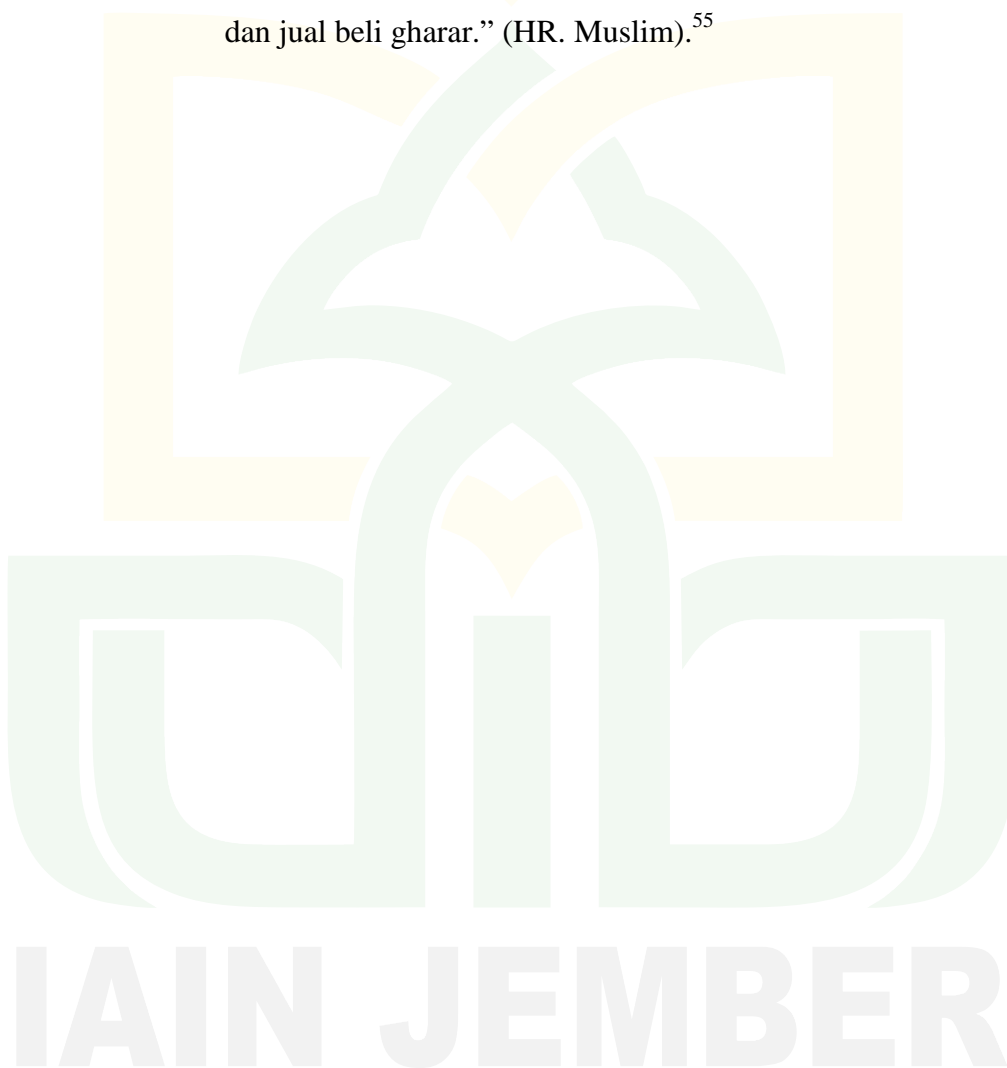
⁵² Qs. An-Nisa: 29.

⁵³ Munir, “Tadlis dalam Perspektif Islam”, <https://www.google.com/amp/s/darunnajah.com/tadlis-dalam-perspektif-islam/amp/> (20 Februari 2020)

masih berada didalam air.⁵⁴ Dilarangnya gharar terdapat dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah disebutkan:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ (رواه مسلم)

“Rasulullah melarang jual beli al-hashah (dengan melempar batu) dan jual beli gharar.” (HR. Muslim).⁵⁵



⁵⁴Yakzan Hamzah dan Hamzah Hafied, *Etika Bisnis Islam*, 48-49.

⁵⁵Abu Asma Kholid Syamhudi, *Jual Beli Gharar*, <https://almanhaj.or.id/2649-jual-beli-gharar.html> (30 April 2020).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi bentuk kata-kata dan bahasa suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan menggunakan metode khusus alamiah.⁵⁶ Jenis Penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Alasan peneliti menggunakan metode penelitian diskriptif kualitatif dalam penelitian ini adalah untuk mendiskripkan secara sistematis data-data yang diperoleh dari fakta di lapangan yang kemudian diberi analisa dan perbandingan sesuai dengan standar normatif yang berlaku. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah memberi deskripsi, gambaran secara sistematis, terperinci, aktual dan akurat mengenai faktor-faktor, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti.

Penelitian ini nantinya berusaha mendeskripsikan tentang “Strategi Bersaing Pengusaha Mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso dalam perspektif Etika Bisnis Islam”. Data yang dihasilkan adalah diamati secara intensif dan mendetail serta diinterpretasikan secara tepat.

⁵⁶Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 6.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan.⁵⁷ Sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti melakukan survey terlebih dahulu agar informasi yang di dapat benar-benar jelas. Adapun lokasi yang dijadikan penelitian yaitu: Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena Desa Pejaten merupakan satu-satunya Desa dengan sentra mebel terbesar yang ada di Bondowoso.

C. Teknik Penentuan Informan

Untuk mendukung terhadap data yang peneliti lakukan, maka dalam penelitian ini untuk teknik penentuan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁵⁸ Ada dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Sumber data primer

Sumber data primer yaitu sumber data utama yang diperoleh melalui pertanyaan tertulis menggunakan lisan dengan menggunakan metode wawancara, sumber data dalam hal ini adalah informasi atau orang yang dianggap paling tahu tentang informasi yang peneliti butuhkan.

⁵⁷Babun Suharto, dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember, 2015), 46.

⁵⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2013), 300.

Dalam penelitian ini yang akan menjadi subjek penelitian adalah:

- a. Kepala Desa Pejaten.
 - b. Pengusaha mebel yang ada di Desa Pejaten
 - c. Pekerja pengusaha mebel di Desa Pejaten.
 - d. Konsumen pengusaha mebel di Desa Pejaten.
2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber kedua yang digunakan untuk memperoleh data. Adapun data yang dapat diperoleh diantaranya: dokumentasi, foto-foto dan lain sebagainya.⁵⁹

D. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁶⁰ Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta yang mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode observasi secara non-partisipatif, artinya pengamat.

Peneliti hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan.

⁵⁹Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 16.

⁶⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 224.

Peneliti melakukan pengamatan dengan teknik observasi langsung, yaitu peneliti mengamati seluruh kegiatan mulai dari proses yang sedang berlangsung hingga selesai. Yang nantinya menjadi sumber data yang kemudian dapat diolah menjadi bahan analisis.

Dalam hal ini peneliti akan mengobservasi kondisi Desa Pejaten untuk menentukan kelayakan tempat untuk diteliti dan kondisi subyek penelitian sebagai informan penelitian yang akan memberikan informasi mengenai masalah yang akan diteliti.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi atau keterangan-keterangan.⁶¹

Percakapan itu dilakukan oleh kedua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yaitu yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan.⁶²

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pedoman wawancara terstruktur, yaitu peneliti sudah menyiapkan beberapa pertanyaan yang diajukan kepada informan. Akan tetapi, peneliti masih memperdalam pertanyaan yang sudah tersedia agar lebih jelas dalam memperoleh data yang sesuai dibutuhkan peneliti.

Adapun data yang diperoleh dari hasil wawancara antara lain :

⁶¹Ibid., 228.

⁶²Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 186.

- a. Sejarah pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
 - b. Jumlah pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
 - c. Proses Produksi mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
 - d. Strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
 - e. Alasan pengusaha mebel dalam memilih strategi bersaing yang digunakan di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso.
 - f. Kendala yang dihadapi pengusaha mebel dalam bersaing di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso.
 - g. Solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala dalam bersaing oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso.
3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebagai data baik fakta yang terkumpul berbentuk denah, struktur organisasi, data mengenai produksi dan sebagainya maupun data dalam bentuk yang lainnya, perlu disimpan dalam bentuk dokumentasi. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui

hal-hal yang pernah terjadi waktu yang lalu.⁶³ Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian.⁶⁴

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya metode dokumenter adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mencari data-data yang sudah didokumentasikan yang berupa buku-buku, foto-foto, laporan-laporan dan sebagainya.

Adapun data yang akan diperoleh dari bahan dokumen adalah:

- a. Letak dan batas wilayah Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
- b. Kependudukan Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
- c. Struktur organisasi Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
- d. Visi dan misi Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.

E. Analisis Data

Kata *analysis* berasal dari bahasa Greek, terdiri dari kata “*ana*” dan “*lysis*”. *Ana* artinya atas (*above*), *lysis* artinya memecahkan atau menghancurkan. Secara difinitif ialah, Agar data bisa dianalisis maka data

⁶³Triswonto, *Trik Menulis Skripsi & Menghadapi Presentasi Bebas Stres* (Yogyakarta: Tugu Publisher, 2010), 74.

⁶⁴Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan Dan Peneliti Pemula* (Bandung : Alfabeta, 2010), 74.

tersebut harus dipecah dahulu menjadi bagian-bagian kecil, kemudian mengaduknya menjadi bersama untuk memperoleh pemahaman yang baru.

Bila data tidak dianalisis, peneliti akan terjebak impresi (*impression*), institusi pribadi tentang data secara keseluruhan. Dengan menganalisis data ada keuntungan yang dapat ditarik ialah peneliti akan lebih hati-hati dan menggunakan prosedur yang logis dalam menganalisis data. Oleh karena itu, peneliti setelah memecah data menjadi bagian dengan aturan tertentu, misalnya berdasar klasifikasi, konsep, kemudian berusaha untuk mencari bagaimana interaksi diantara klasifikasi dan konsep, sehingga memperoleh deskripsi yang baru dan segar (*fresh*).⁶⁵ Yakni dengan menggunakan tiga langkah, yaitu :

1. Data Reduction (*Reduksi data*)

Yaitu proses pemilihan, pemusatan pada penyederhanaan dan transparansi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan atau suatu bentuk yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengkoordinasikan data dengan cara sedemikian rupa, sehingga kesimpulan dapat ditarik dan *diverifikasi*.

2. Data Display (*Penyajian Data*)

Merupakan langkah merancang dengan berkesinambungan terhadap deret, kolom-kolom sebuah matrik untuk data kualitatif dan

⁶⁵Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif* (Malang: UIN Maliki Press Anggota IKAPI, 2008), 353-354.

memutuskan jenis dan bentuk data yang harus dimasukkan dalam laporan selama memperoleh data di lapangan.

Rangkuman data yang diperoleh peneliti dari hasil observasi, wawancara kepada seluruh narasumber dan dokumentasi di lingkungan Desa Pejaten dan konsumen akan disajikan dalam bentuk teks naratif.

3. Conclusion Drawing/Verification

Peneliti akan menganalisis semua data yang diterima atau yang dapat menjadi sebuah kesimpulan yang pada awalnya longgar, tetap terbuka, dan bisa dipahami oleh pembaca.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini adalah keabsahan data yang memanfaatkan sumber lain namanya adalah triangulasi. Diluar itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

Disini peneliti menggunakan triangulasi sumber. Menurut Patton dalam bukunya J Lexy Moeleong Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi

3. Membandingkan apa yang dikatan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁶⁶

G. Tahap-tahap Penelitian

Untuk mengetahui proses yang dilakukan peneliti hingga akhir maka perlu diuraikan tahap-tahap penelitian. Tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam proses penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tahap pra lapangan

Tahap pra lapangan adalah tahap dimana peneliti mencari gambaran permasalahan dan latar belakang serta referensi yang terkait dengan tema sebelum terjun ke lapangan. Peneliti telah mendapatkan gambaran mengenai “Strategi Bersaing Pengusaha Mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”.

Adapun tahapan-tahapan yang diidentifikasi oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun pelaksanaan penelitian.
- b. Memilih lokasi penelitian.

⁶⁶Lexy J. Moleong, M.A. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 330-331.

- c. Mengurus surat perizinan penelitian.
- d. Memilih dan memanfaatkan informasi.
- e. Mempersiapkan perlengkapan penelitian.⁶⁷

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini peneliti memasuki lapangan untuk melihat, memantau dan meninjau lokasi penelitian di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso.

3. Tahap analisis data

Pada tahap ini, peneliti melakukan teknik analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung atau selama peneliti berada di lapangan. Peneliti melakukan analisis terhadap beberapa jenis data yang sudah diperoleh dengan cara wawancara dan observasi. Dalam tahap ini peneliti mengkonfirmasi kembali data yang di dapat dari lapangan dengan teori yang digunakan.

IAIN JEMBER

⁶⁷Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 133.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Letak dan Batas Desa Pejaten

Desa Pejaten merupakan salah satu desa dari 11 Desa yang ada di kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso. Jarak desa Pejaten dengan pusat pemerintahan di kabupaten Bondowoso yaitu berjarak 4.5 km, dengan luas daerah Desa Pejaten yaitu 305 ha. Desa Pejaten terdiri dari 6 dusun yaitu Dusun Krajan, Dusun Sumberayu, Dusun Pasaran, Dusun Los, Dusun Blok Makmur dan Dusun Sumber Mutiara yang terbagi menjadi 22 RT. Desa Pejaten berbatasan dengan beberapa desa sebagai berikut :

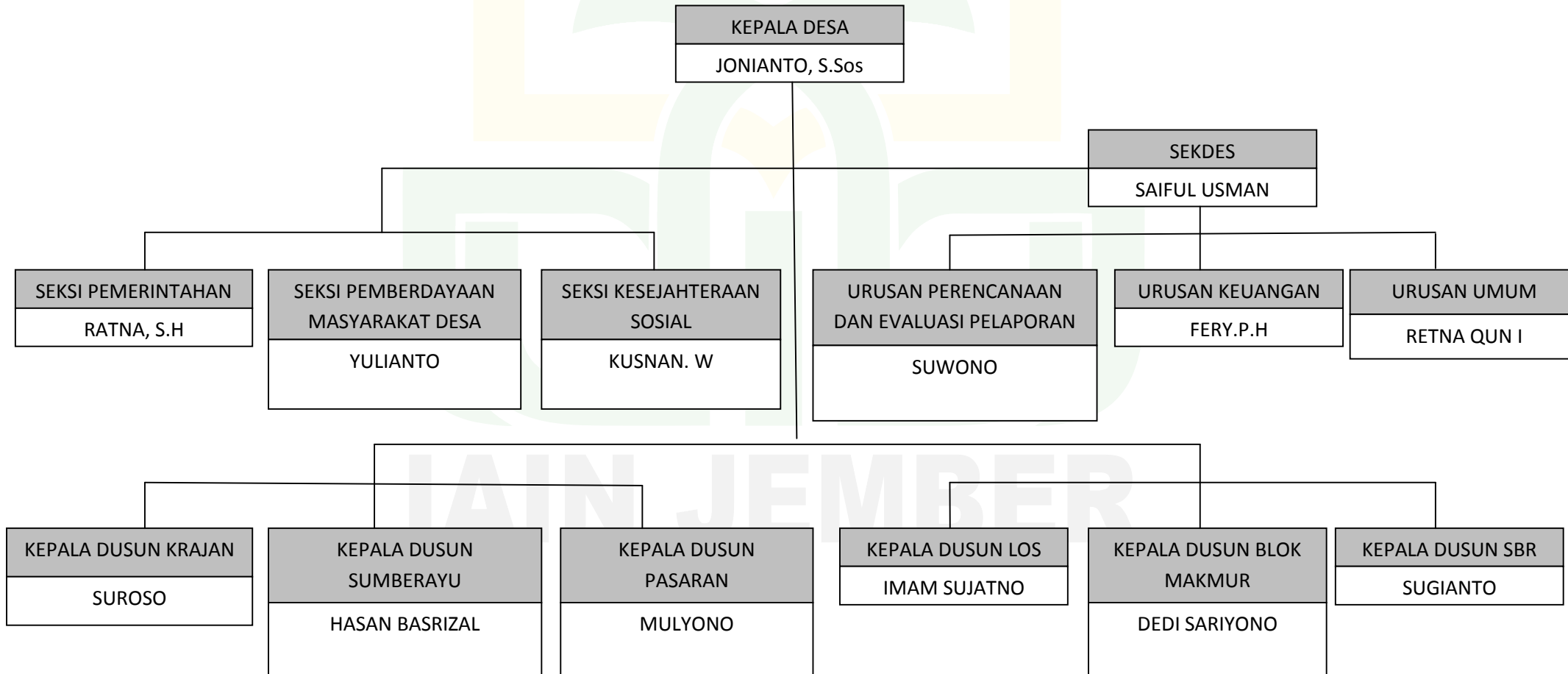
- a. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Mandiro.
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Tenggarang.
- c. Sebelah barat berbatasan dengan Desa Sekarputih.
- d. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Tegalampel.

2. Kependudukan

Penduduk merupakan modal dasar pembangunan desa yang perlu mendapatkan perhatian besar agar aktif ikut serta dan bertanggung jawab dalam melaksanakan program pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan. Berdasarkan data statistik kantor desa Pejaten memiliki jumlah penduduk 5.777, dengan rincian jumlah penduduk laki-laki 2.879 dan penduduk perempuan berjumlah 2.898 orang.

3. Struktur Organisasi Desa Pejaten

Tabel. 4.1
Struktur Organisasi Desa Pejaten



4. Visi dan Misi Desa Pejaten

Visi : Terwujudnya masyarakat Desa Pejaten yang Cerdas, Berakhlak Mulia,
Sehat dan Sejahtera.

Misi :

- a. Penempatan agama sebagai sumber inspirasi dan motivasi
- b. Meningkatkan profesionalisme perangkat desa sebagai pelayan masyarakat.
- c. Meningkatkan sumber daya manusia dan berkualitas hidup masyarakat dari aspek sosial, ekonomi, budaya lokal dalam rangka penanggulangan kemiskinan.
- d. Meningkatkan potensi perindustrian mebel dan pertanian sebagai sumber pendapatan utama masyarakat.
- e. Meningkatkan pembangunan guna percepatan pertumbuhan ekonomi melalui perbaikan sarana dan prasarana umum.⁶⁸

5. Sejarah Sentra Industri Mebel

Desa Pejaten merupakan daerah yang mayoritas penduduknya berprofesi sebagai tukang mebel. Sebelum menjadi sentra industri mebel. Desa Pejaten melalui perjalanan panjang yang akhirnya bisa menjadi sentra mebel seperti saat ini.

Sebelum tahun 1990-an sudah ada masyarakat yang bekerja sebagai tukang mebel. Tapi, masih sedikit masyarakat yang bekerja di Industri mebel

⁶⁸Jonianto, *Wawancara*, Pejaten, 11 Maret 2020.

disini, sehingga yang namanya pengrajin disini masih belum terlihat jelas pada waktu itu. Untuk penggunaan peralatannya sendiri pada saat itu masih menggunakan peralatan tradisional.

Dan barulah awal mula perkembangan terbentuknya industri mebel di desa Pejaten ketika ada pengembangan ke daerah tersebut yang sebelumnya berpusat di kampung Arab, Desa Kademangan Bondowoso. Pada tahun 1994-1995 muncul pengusaha baru yang mengembangkan industri mebel di rumahnya masing-masing terutama di dusun Sumberayu dan krajan, dan seiring berjalannya waktu industri mebel di desa Pejaten semakin berkembang, hal ini dibuktikan dengan jumlah warga yang bekerja di bidang mebel semakin banyak, yang mana pada awalnya hanya terdiri dari 1-2 pengusaha dan memiliki sekitar 1-2 orang pekerja, dan merambat kepada dusun-dusun yang lainnya. Pengusaha pejaten pernah mendapatkan bantuan dari pemerintah berupa alat-alat yang digunakan untuk memproduksi mebel. Dan untuk bahan yang digunakan dalam industri disini mayoritas menggunakan pohon jati, Gamelina dan campuran lainnya. kayu tersebut dipasok dari pengepul kayu yang ada di Pejaten dan ada juga yang beli ke masyarakat pada umumnya yang memiliki pohon yang cocok untuk bahan permbelan. Untuk pemasarannya sendiri dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, terutama pada bulan suci Ramadhan pemesanan melonjak drastis. Karena hal tersebut lah yang menjadikan desa Pejaten sebagai Sentra mebel yang ada di Bondowoso.

6. Jumlah Industri Mebel

Sentra industri mebel di Desa Pejaten menjadi salah satu lapangan usaha yang membuat warga Desa Pejaten dapat hidup mandiri terutama dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Dari 6 dusun yang tersebar di Desa Pejaten terdapat sekitar 188 warga yang melakoni pekerjaan di industri mebel.⁶⁹

7. Proses Produksi Mebel di Desa Pejaten

a. Proses pemilihan bahan baku

Untuk tahap awal dalam pembuatannya diperlukan bahan baku utama yaitu kayu, jenis kayu tersebut bisa bermacam-macam tergantung dari ketersediaan bahan bakunya yang ada. Dan bahan baku tersebut dipilih dengan cermat sehingga diperoleh kayu yang betul-betul berkualitas dan dapat dipakai untuk berbagai jenis furnitur yang akan diproduksi.

b. Proses pemotongan

Setelah mendapatkan bahan baku, maka proses selanjutnya dilakukan penggergajian dan dipotong-potong sesuai dengan ukuran dan kebutuhan.

⁶⁹Kecamatan Bondowoso Dalam Angka Tahun 2019 (Situs web BPS, Badan Pusat Statistik Kabupaten Bondowoso), <https://bondowosokab.bps.go.id/publication/2019/09/26/023fda3163a14940197b2bdb/kecamatan-bondowoso-dalam-angka-2019.html>, (Diakses pada tanggal 18 November 2019).

c. Penggarapan sesuai produksi

Setelah bahan baku dipotong, lalu memulai mengerjakan furnitur dari dalam berbagai jenis dan model yang berbeda yang masih dalam bentuk potongan-potongan yang dirangkai sesuai dengan permintaan konsumen.

d. Barang setengah jadi

Setelah pembuatan potongan model produk, potongan tersebut dirangkai dengan modelnya, sehingga kelihatan bentuk dasarnya. Dalam pembuatan barang setengah jadi ini dilakukan kegiatan memaku, mengelem, dempul dan memasang sekrup.

e. Pengamplasan

Setelah menjadi barang setengah jadi, maka dasar setengah jadi tersebut dihaluskan serat-serat kayunya sambil diteliti keadaan fisiknya.

f. Finishing

Setelah barang setengah jadi halus, maka dilakukan pengecatan setelah itu barang siap dijual. Dan bisa juga barang tersebut dimasukkan dalam penyimpanan.⁷⁰

B. Penyajian Data dan Analisis

Proses selanjutnya dari skripsi ini adalah menyajikan hasil data yang diperoleh selama penelitian. Setelah melakukan proses pengumpulan data di lapangan, sehingga cukup data yang diperoleh maka penelitian bisa dihentikan.

⁷⁰Rafi, *Wawancara*, Pejaten, 13 Maret 2020.

Data-data yang merupakan hasil penelitian yang sudah disesuaikan dengan alat-alat pengumpulan data, maka kemudian dijelaskan secara rinci sesuai dengan bukti-bukti yang diperoleh selama penelitian. Data-data yang diperoleh akan disajikan dan dianalisis sebagai berikut :

Tabel 4.2
Rincian Biaya Produksi Kursi Kayu Gamelina

-Bahan Baku Utama : Kayu Gamelina	Rp : 900.000 - 1.100.000
-Bahan Baku Penolong (Amplas, Cat, Lem, Paku)	Rp : 270.000 - 300.000
-Biaya Tenaga Kerja Bagian Perakitan Bagian Finishing	Rp : 200.000 - 220.000 Rp : 125.000 - 150.000

Tabel 4.3
Rincian Biaya Produksi Dipan Kayu Gamelina

-Bahan Baku Utama : Kayu Gamelina	Rp : 700.000 - 900.000
-Bahan Baku Penolong (Amplas, Cat, Lem, Paku)	Rp : 260.000 - 300.000
-Biaya Tenaga Kerja Bagian Perakitan Bagian Finishing	Rp :180.000 - 200.000 Rp :125.000 - 150.000

Tabel 4.4
Rincian Biaya Produksi Lemari Kayu Gamelina

-Bahan Baku Utama : Kayu Gamelina	Rp : 600.000 - 700.000
-Bahan Baku Penolong (Amplas, Cat, Lem, Paku)	Rp : 230.000 – 250.000
-Biaya Tenaga Kerja Bagian Perakitan Bagian Finishing	Rp :180.000 - 200.000 Rp :125.000 - 150.000

Tabel 4.5
Rincian Biaya Produksi Bufet Kayu Gamelina

-Bahan Baku Utama : Kayu Gamelina	Rp : 650.000 – 800.000
-Bahan Baku Penolong (Amplas, Cat, Lem, Paku)	Rp : 250.000 – 270.000
-Biaya Tenaga Kerja Bagian Perakitan Bagian Finishing	Rp :180.000 - 200.000 Rp :125.000 - 150.000

Tabel 4.6
Rincian Biaya Produksi Kursi Kayu Jati

-Bahan Baku Utama : Kayu Gamelina	Rp : 1.500.000 - 2.000.000
-Bahan Baku Penolong (Amplas, Cat, Lem, Paku)	Rp : 280.000 - 350.000
-Biaya Tenaga Kerja Bagian Perakitan Bagian Finishing	Rp :200.000 – 300.000 Rp :125.000 - 150.000

Tabel 4.7
Rincian Biaya Produksi Dipan Kayu Jati

-Bahan Baku Utama : Kayu Gamelina	Rp : 1.000.000 - 1.500.000
-Bahan Baku Penolong (Amplas, Cat, Lem, Paku)	Rp : 280.000 - 350.000
-Biaya Tenaga Kerja Bagian Perakitan Bagian Finishing	Rp :200.000 – 300.000 Rp :125.000 - 150.000

Tabel 4.8
Rincian Biaya Produksi Lemari Kayu Jati

-Bahan Baku Utama : Kayu Gamelina	Rp : 800.000 – 1.000.000
-Bahan Baku Penolong (Amplas, Cat, Lem, Paku)	Rp : 230.000 – 300.000
-Biaya Tenaga Kerja Bagian Perakitan Bagian Finishing	Rp :200.000 – 300.000 Rp :125.000 - 150.000

Tabel 4.9
Rincian Biaya Produksi Bufet Kayu Jati

-Bahan Baku Utama : Kayu Gamelina	Rp : 900.000 – 1.200.000
-Bahan Baku Penolong (Amplas, Cat, Lem, Paku)	Rp : 230.000 – 300.000
-Biaya Tenaga Kerja Bagian Perakitan Bagian Finishing	Rp :200.000 – 300.000 Rp :125.000 - 150.000

1. Strategi bersaing pengusaha mebel di desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.

Dalam dunia bisnis, keberhasilan dan kegagalan sangat terkait erat dengan mengembangkan usaha seseorang, untung dan rugi adalah sesuatu yang harus dihadapi oleh setiap pengusaha. Dengan sekian banyak persaingan memasuki dunia pasar, maka diperlukannya yang namanya strategi untuk menentukan perencanaan yang matang agar usaha yang kita jalankan sesuai dengan keinginan. Strategi yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan dengan baik, dan juga tidak melanggar atura-aturan agama atau yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti dilapangan, terdapat beberapa strategi yang diterapkan oleh para pengusaha mebel yaitu :

a. Strategi Biaya Rendah

Strategi biaya rendah merupakan kemampuan organisasi bisnis untuk merancang, membuat dan memasarkan sebuah produk yang sama dengan kompetitor tetapi dengan biaya yang lebih efisien (minimal).

Sebagaimana yang diungkapkan oleh bapak Rafi selaku salah satu pengusaha mebel di Desa Pejaten, yaitu :

“saya punya strategi sendiri dalam hal meminimalkan biaya pengeluaran nak, yaitu mengganti jenis bahan baku, biasanya kan para pengusaha disini mayoritas menggunakan pohon jati sebagai bahan baku utama dalam memproduksi mebelnya, karena memang bahan baku dari pohon jati itu kualitasnya yang bisa dibilang

paling, akan tetapi pohon jati biasanya memiliki harga yang mahal dan itu sepadan dengan kualitasnya, karena harganya tersebut yang bisa dibilang mahal, saya mengganti dengan pohon gamelina yang harganya berada dibawah pohon jati, sehingga dengan harga bahan baku yang lebih murah saya bisa mematok harga hasil produksi dengan harga yang lebih murah”

Bapak Rafi juga mengungkapkan alasan mengapa lebih memilih strategi tersebut :

“Konsumen sekarang itu kan biasanya cari harga yang ekonomis nak disamping melihat dari segi kualitasnya, jadi menurut saya dengan mematok harga yang murah ini bisa menarik konsumen yang mempunyai dana sedikit tapi ingin memperbarui perlengkapan yang ada dirumahnya, jadi harga murah juga sesuai dengan kualitas yang dipakai”⁷¹

Berikut wawancara dengan bapak Muis salah satu konsumen dari usaha mebel milik bapak Rafi:

“Kalau untuk harganya disini menurut saya lebih terjangkau ya nak dari pada yang lainnya, kalau yang lain mahal itu karena menggunakan pohon jati, kalau harga produk bapak Sugik ini memberi harga yang lebih murah daripada tukang mebel yang sebelumnya saya datang”⁷²

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak Abdur Rahman selaku salah satu pengusaha mebel di Desa Pejaten:

“usaha saya bisa dibilang termasuk harga murah dek, karena untuk harga disini ditentukan dengan kualitas kayunya, bahan bakunya sendiri menggunakan kayu Gamelina, yang harganya juga lebih murah daripada kayu jati dan kualitasnya masih dibawah pohon jati, tapi untuk keawetannya sendiri dek saya bisa jamin tidak kalah jauh dari yang berbahan dasar kayu jati”⁷³

⁷¹Rafi, *Wawancara*, Pejaten, 13 Maret 2020..

⁷²Muis, *Wawancara*, Pejaten, 13 Maret 2020.

⁷³Abdur rahman, *Wawancara*, Pejaten, 1 April 2020.

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak Bahrul salah satu pekerja milik usaha bapak Abdur Rahman:

“masalah biaya yang ditetapkan oleh bapak Abdur Rahman lebih murah, misalkan saja untuk produk kursi disni dihargai sekitar 2 juta sampai yang paling mahal 2,5 juta, kalau untuk perbedaan harga dengan yang lainnya ini mungkin selisih sekitar 300-500 ribu nak, harganya ini kan karena menggunakan kayu gamelina jadi bisa dijual lebih murah”⁷⁴

Bapak Abdur Rahman juga mengungkapkan alasan mengapa lebih memilih strategi tersebut :

“Pemilihan dasar kayu ini bukan karena saya tidak tahu memilih kualitas kayu terbaik, tapi pemilihan kayu gamelina inikarena harganya lebih murah dari harga kayu jati, untuk harga jualnya nanti tidak mahal-mahal amat dek”⁷⁵

Selanjutnya diungkapkan oleh bapak Abdul Halim yang juga merupakan salah satu pengusaha di desa Pejaten :

“tentang harga mebel hasil produksi disini bisa dibilang masih normal tidak beda jauh dengan harga yang dipatok pengusaha lain, karena tidak beda jauh dengan harga dari pengusaha yang lainnya, akan tetapi dalam menekan biaya pengeluaran, saya memberi keringanan kepada konsumen dimana untuk biaya transportasi ditanggung bersama, untuk pembagiannya kami membayar sekitar 30% dan untuk pembeli saya bebaskan sekitar 70% dek, karena biaya transportasi ini mencakup biaya tukang angkut dan biaya pengirimannya itu sendiri untuk sampai ke lokasi”

Bapak Abdul Halim juga mengungkapkan mengenai alasan dari pembagian biaya transportasi tersebut:

“karena untuk pengirimannya kami tidak mempunyai alat transportasi sendiri, jadi saya menyewa kendaraan lain untuk

⁷⁴Bahrul, *Wawancara*, Pejaten , 1 April 2020.

⁷⁵Abdur Rahman, *Wawancara*, Pejaten, 1 April 2020,

mengantarkan barang. menurut saya dalam pembagian tersebut bisa memberi keuntungan kepada kami dan juga pembeli, sehinggabisa sedikit menghemat biaya”⁷⁶

Berikut wawancara dengan bapak Abdus Salam salah satu

konsumen dari usaha mebel milik bapak Abdul Halim:

“lumayan nak untuk menghemat sedikit uang, meskipun potongannya kecil bagi saya penting juga, dan potongannya tersebut masih bisa ditawar sampai ada kesepakatan”⁷⁷

Berdasarkan hasil dari beberapa wawancara diatas. Dapat dipahami bahwa strategi keunggulan biaya yaitu para pengusaha mengeluarkan biaya yang lebih rendah dengan menggunakan bahan baku kayugamelina ketimbang kayu jati dan menanggung bersama biaya pengiriman dengan konsumen.

b. Strategi differensiasi

Strategi ini sebuah perusahaan berusaha menjadi unik dalam industrinya untuk berbagai dimensi yang secara umum dihargai pembeli. Caranya adalah dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu bagi konsumennya. Perusahaan menyeleksi satu atau lebih atribut yang dipandang penting oleh banyak pembeli dalam suatu industri dan secara unik menempatkan diri untuk memenuhi kebutuhan itu misalnya keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan brand image yang lebih unggul.

⁷⁶Abdul Halim, *Wawancara*, Pejaten, 7 April 2020.

⁷⁷Abdus Salami, *wawancara*, Pejaten, 7 April 2020.

Sebagaimana diungkapkan oleh bapak Rizal salah satu pengusaha mebel yang ada di desa Pejaten :

“produk disini mempunyai perbedaan dek dengan produk lainnya dimana yang biasanya hanya berbahan dasar kayu dengan ukiran-ukiran, kalau produk disini cara merangkainya beda, disini produknya dibuat dengan potongan balok persegi panjang dengan ukuran sekitar 10 cm, nanti itu baloknya disusun membentuk sebuah produk mebel baik itu meja, kursi dll, jadi dalam pembuatannya juga butuh kesabaran”⁷⁸

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak Samsul salah satu pekerja milik usaha bapak Rizal:

“produk milik bapak Rizal ini unik dek tidak sama seperti milik pengusaha lainnya, itu sudah menjadi ciri khasnya tersendiri disini.”⁷⁹

Hal itu juga diungkapkan oleh bapak Rizal mengenai alasan strateginya tersebut.

“untuk memberi inovasi lain yang beda dengan pengusaha lainnyadek, menurut saya itu sudah biasa jika hanya dengan ukiran-ukiran, kalau kamu lihat sendiri produk yang seperti ini di tempat lain tidak bakal nemu dek”⁸⁰

Selanjutnya diungkapkan oleh bapak Nasrun selaku salah satu pengusaha mebel di Desa Pejaten, yaitu :

“disini nak lebih mengutamakan kenyamanan terhadap pembeli, jadi untuk setiap pembelian produk dari usaha saya ini apapun jenis produknya, saya memberikan garansi kepada konsumen. Bentuk yang saya garansi disini berupa keawetan barang misalnya karena faktor kualitas kayu, kualitas pengecatan, dan faktor perakitan. Dan untuk waktu klaim garansinya berlaku selama 5

⁷⁸Rizal, *Wawancara*, Pejaten 25 Maret 2020.

⁷⁹Samsul, *Wawancara*, Pejaten 25 Maret 2020.

⁸⁰Rizal, *Wawancara*, Pejaten, 25 Maret 2020.

bulan, apabila sudah melewati batas 5 bulan kami tidak lagi menerima garansi”⁸¹

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak Lutfi salah satu pekerja milik usaha bapak Nasrun:

“karena bapak Nasrun memberikan garansi terhadap semua barang yang dibeli oleh pelanggan, tentu saya harus mengerjakan dengan baik barang-barang pesanan dari pembeli, dan untuk garansinya sendiri berlaku sekitar 5 bulan dek”⁸²

Bapak Nasrun juga mengungkapkan tentang alasan pemberian garansi kepada pembeli.

“pemberian garansi tersebut menurut saya itu penting nak, sebab garansi ini juga merupakan bentuk tanggung jawab saya terhadap produk yang di produksi disini, sehingga dengan adanya garansi ini sayaharap seorang pembeli memiliki kepercayaan terhadap usaha disini, bahwa pelayanan disini lebih baik dari pada pengusaha yang lainnya yang ada di desa pejaten ini”⁸³

Berdasarkan dari hasil beberapa wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi differensiasi yang dilakukan oleh pengusaha mebel di desa Pejaten meliputi pemberian garansi dan inovasi produk

c. Strategi Fokus

Strategi fokus adalah strategi yang memfokuskan diri pada satu atau lebih segmen pasar yang sempit daripada mengejar pasar yang lebih besar.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh bapak Sugik selaku salah satu pengusaha mebel di Desa Pejaten:

⁸¹Nasrun, *Wawancara*, Pejaten, 15 April 2020.

⁸²Lutfi, *Wawancara*, Pejaten, 15 April 2020.

⁸³Nasrun, *Wawancara*, Pejaten, 15 April 2020.

“kalau kebanyakan tukang mebel disinirata-rata memproduksi beberapa jenis produk seperti kursi, lemari, meja, dipan. Tapi kalau disini hanya fokus dalam memproduksi produk lemari, dengan varian lemari satu pintu dan dua pintu. Dan selain itu juga saya memberi garansi untuk konsumen”⁸⁴

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak Imron salah satu pekerja dari usaha milik bapak sugik:

“disini cuma menerima produk pembuatan lemari dek, jadi kalau masalah kualitas lemari bisa dibilang bagus, karena fokusnya cuma untuk satu produk, dan ada garansinya juga dek yang berlaku sekitar 6 bulan”⁸⁵

bapak Sugik juga mengungkapkan mengenai alasan penggunaan strategi tersebut:

“ya karena kami disini memang hanya ingin fokus pada jenis lemari saja cong, jadi untuk penentuan kualitasnya betul-betul yang terbaik, sehingga apa bila ada produk yang cacat atau yang rusak disaat pembelian produk disini, kami akan langsung memperbaikinya”.⁸⁶

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi Fokus yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten hanya memproduksi dan memperjualbelikan satu jenis produk saja yaitu lemari.

⁸⁴Sugik, *Wawancara*, Pejaten, 19 Maret 2020.

⁸⁵ Imron, *Wawancara*, Pejaten 19 Maret 2020.

⁸⁶Sugik, *Wawancara*, Pejaten, 19 Maret 2020.

d. Aliansi Strategi

Aliansi strategi merupakan persekutuan yang berlangsung selama periode tertentu dimana para sekutu menyumbangkan keterampilan dan keahlian mereka untuk suatu proyek kerja sama.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh bapak Tohari selaku salah satu pengusaha mebel di Desa Pejaten:

“usaha milik saya ini nak menjalin kerja sama dengan pengusaha lainnya yang ada di Pejaten, untuk kerja samanyaya macam-macam, mulai dari penjualan barang dan produksi barang”

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak Ridwan salah satu pekerja dari usaha milik bapak Tohari:

“disini mempunyai mitra mas dengan pengusaha lainnya, misalya disini menyumbang bahan bakunya, sedangkan pihak mitra yang memproduksi. Jadi, hasilnya nanti patungan sesuai jumlah modal yang dikeluarkan”

bapak Tohari juga mengungkapkan mengenai alasan penggunaan strategi tersebut:

“Menurut saya nak dengan adanya kerja sama ini lebih menguntungkan dan lebih juga memberi kemudahan dalam memasarkan produk, serta mengurangi resiko kerugian yang besar”

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa Strategi Aliansi yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten dengan cara saling berbagi untuk pengeluaran modal dan kerja sama penjualan produk.

2. Pandangan etika bisnis islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel

Etika bisnis Islam merupakan hal yang berkaitan dengan baik dan buruk konteks bisnis yang sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam. Dalam dunia bisnis, keberhasilan dan kegagalan sangat erat kaitannya dengan mengembangkan usaha seseorang. Untung dan rugi adalah sesuatu yang harus dihadapi oleh para pebisnis itu sendiri. Dunia usaha seperti yang kita ketahui mengalami persaingan sehingga dalam menjalankan dibutuhkan sebuah usaha untuk memenangkannya. Oleh karena itu pebisnis harus mempunyai strategi dalam bersaing di dunia usaha yang dijalankan masing-masing orang. Strategi yang ditetapkan dan dikembangkan haruslah sesuai dengan aturan-aturan agama atau yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti di desa Pejaten mengenai pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing yang digunakan oleh setiap pengusaha ini bertujuan untuk mengetahui apakah sesuai dengan etika bisnis Islam atau tidak.

a. Jujur

Dalam membangun usaha dan menjalankan rutinitas keseharian, seseorang hendaknya mengutamakan kejujuran dan memupuk motivasi untuk jujur. Keutamaan jujur, memperingatkan dari berbuat dusta dan sesungguhnya dusta merupakan sebab hilangnya keberkahan termasuk didalamnya aktivitas muamalah.

Seperti yang diungkapkan oleh bapak Rafi bagaimana beliau menjelaskan kualitas produknya kepada konsumen :

“produk kami bisa menerima pesanan dan ada yang sudah tersedia dalam bentuk jadi kursi, meja dll. Bila ada konsumen biasanya bertanya masalah harga, saya jelaskan cong berapa harganya dan saya kasih tau juga kalau bahan baku yang digunakan disini bukan kayu jati, jadi kami beri tahu yang sebenarnya bahan dasar kayunya dari pohon”⁸⁷

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Abdurrahman bagaimana menjelaskan produknya kepada konsumen.

“ya kasi tau apa adanya dek kayu apa yang kita pakai, jika tidak begitu pas ada konsumen yang mengerti masalah perbedaan kayu justru merugikan diri sendiri, usaha saya ini bisa dikenal jelek”⁸⁸

Dari pengungkapan kedua pengusaha mebel diatas menunjukkan, dalam melaksanakan strategi bersaingnya telah menerapkan kejujuran, dimana kedua pengusaha tersebut bersifat terbuka tidak menyembunyikan jenis bahan dasar yang digunakan, sehingga seorang konsumen tidak merasa tertipu karena sudah tahu kualitas bahannya. Islam dalam berbisnis menganjurkan untuk berbuat jujur, seperti dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim:

Artinya: Penjual dan pembeli berhak memperoleh hak khiyar selama mereka belum berpisah. Jika mereka berlaku jujur dan menjelaskan apa adanya akan diberkati dalam transaksinya. Jika keduanya menutup-nutupi dan berdusta, maka sekalipun mendapatkan keuntungan, keuntungan itu akan kehilangan berkah.

⁸⁷Rafi, *Wawancara*, Pejaten 13 Maret 2020.

⁸⁸Abdur Rahman, *Wawancara*, Pejaten, 1 april 2020.

Hadits diatas menjelaskan bagaimana seorang pengusaha harus mengatakan dengan jujur atas transaksinya yang dilakukan dengan seorang konsumen, sehingga tidak ada sesuatu yang ditutup-tutupi yang merugikan. Dan dampak dari penerapan kejujuran tersebut maka sesuatu yang kita dapatkan tidak hanya bernilai laba, akan tetapi ditambah juga dengan keberkahan.

Dalam hal ini pengusaha mebel di Desa Pejaten sudah sesuai dengan etika bisnis Islam tentang jujur dalam bersaing, hal itu dibuktikan dengan pernyataan dari kedua pengusaha yang menyampaikan sebenarnya mengenai kualitas kayu yang digunakan.

b. Adil

Adil disini bisa diartikan tidak berat sebelah atau tidak sewenang-wenang. Begitu juga dalam dunia usaha sikap adil ini perlu diterapkan, sehingga dengan adanya sikap adil tersebut tidak memberikan kerugian kepada orang lain, baik itu kepada konsumen maupun pebisnis lainnya.

Seperti yang dikatakan oleh bapak Abdul Halim:

“kalau harganya tidak beda jauh dek dengan pengusaha lainnya disini, jadi kalau disini mau pesan dimanapun harganya ya kalau dari yang paling murah 1,5 jutaan, dan paling mahal sekitar 3 juta itu dek⁸⁹”

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak Rizal:

“harga disini kan dipatok sesuai jenis kayunya dan tingkat kesulitannya, biasanya untuk yang paling mahal sekitar 3 juta,

⁸⁹Abdul Halim, *Wawancara*, Pejaten, 7 april 2020.

mungkin ada juga yang dilebihkan untuk bayar biaya pengiriman, karena kebanyakan pengusaha disini dek menentukan harganya sudah sama ongkos kirim”⁹⁰

Hal ini menunjukkan bahwa dalam bersaing sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang adil. oleh pengusaha di desa Pejaten, dimana dalam mematok harganya tidak ada yang menjatuhkan sama lain.

c. Tanggung Jawab

Dalam dunia bisnis, apabila kita melaksanakan segala aktivitas dengan segala kebebasannya, bukan berarti semuanya selesai, akan tetapi masih ada tanggung jawab yang harus kita kita laksanakan, baik itu tanggung jawab ketika bertransaksi, memproduksi barang dan menjual barang dan lain sebagainya.

Sikap pertanggungjawaban diartikan juga oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten. Menjadi wirausahawan muslim juga memiliki tanggung jawab kepada orang lain. Tanggung jawab dalam hal hal bisnis dapat terlihat ketika seorang pemilik usaha memberikan barang pengganti atau memperbaikinya apabila ada yang rusak atau kurang baik, bapak Nasrun dan bapak Sugik memberi garansi kepada konsumennya dengan ketentuan-ketentuannya masing-masing.

Seperti yang dilakukan oleh bapak Nasrun salah satu pengusaha mebel di Desa Pejaten siap mengganti atau memperbaiki apa yang produk yang djualnya kepada konsumen.

⁹⁰Rizal, *wawancara*, Pejaten, 25 Maret 2020.

“pernah kejadian dulu nak ada konsumen yang komplain masalah kursi, kalau seingat saya pembelian kursinya itu baru dapat seminggu, waktu itu penyangganya (kaki kursi) copot, setelah di cek ternyata ada kekurangan jumlah paku di penyangganya, seharusnya ada sekitar 3 paku tapi ini Cuma ada satu, mungkin karena keteledoran tukang saya sendiri, jadi saya langsung perbaiki itu nak”⁹¹

Dalam hal ini pengusaha mebel di Desa Pejaten sudah sesuai dengan etika bisnis Islam tentang tanggung jawab dalam bersaing, dimana dalam hal tanggung jawab tersebut memberikan sistem garansi terhadap produk yang dijualnya kepada konsumen, sehingga konsumen mempunyai jaminan bahwa produk yang dibelinya dapat dipertanggungjawabkan.

d. Menjelekkkan bisnis orang lain

Ketika kita mempunyai sebuah usaha, kita tidak akan pernah terlepas dari yang namanya persaingan, untuk itu dalam menarik konsumen kita harus mempunyai strategi yang benar-benar matang. Yang namanya usaha kita tidak sendirian, tapi masih ada pelaku usaha lainnya yang mungkin mempunyai jenis usaha yang sama kita, jadi ada kalanya kita kalah bersaing dan ada kalanya juga kita menang dalam persaingan, apabila kalah dalam bersaing kita tidak perlu menjelek-jelekkkan bisnis orang lain, selain merupakan cara bersaing yang kotor itu bisa berdampak buruk juga terhadap usaha orang lain ke depannya, dan mungkin akan muncul perselisihan.

⁹¹Nasrun, *Wawancara*, Pejaten, 15 April 2020.

Seperti yang di ungkapkan salah satu konsumen yang melakukan transaksi dengan beberapa pengusaha di daerah Pejaten:

“kalau dari pengalaman saya, pernah ada pengusaha disini yang mengklaim bahwa usahanya ini mempunyai kualitas perakitan, kayu yang digunakan, desain ukiran yang lebih baik dari pada punya pengusaha lainnak. Tapi ada juga yang bilang produk lainnya cepat rusak, perakitannya kurang rapi”

Dari penuturan konsumen tersebut jelas bahwa masih ada pengusaha disini yang cara bersaingnya tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, karena hal tersebut merusak bisnis orang lain. Dimana dalam etika bisnis Islam itu yang namanya menjelekkkan bisnis orang lain merupakan suatu perbuatan yang dilarang.

C. Pembahasan Temuan

Pada bagian ini peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang fokus masalah yang telah dirumuskan pada bab 1, pembahasan tersebut akan diuraikan sesuai dengan temuan-temuan penelitian sebagai berikut:

1. Strategi bersaing pengusaha mebel di desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso

a. Strategi Biaya Rendah

Strategi biaya rendah merupakan kemampuan organisasi bisnis untuk merancang, membuat dan memasarkan sebuah produk yang sama dengan kompetitor tetapi dengan biaya yang lebih efisien (minimal).⁹²

Dalam hal ini, sumber keunggulan biaya bervariasi bergantung pada

⁹²Efri Novianto, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 50.

struktur industri. Sumber-sumber tersebut dapat mencakup pengejaran skala ekonomis, teknologi milik sendiri, akses preferensial bahan mentah, dan faktor-faktor lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa strategi keunggulan biaya yang diterapkan oleh pengusaha adalah sebagai berikut :

- 1) Mengganti jenis bahan kayu jati dengan Gamelina, hal ini dilakukan karena harga kayu jati yang lebih mahal dari pada jenis kayu gamelina,
- 2) Meminimalkan biaya dari proses pengiriman, dimana biaya tersebut dibayar oleh pemilik usaha sebesar 30% dan konsumen sebesar 70%, hal itu karena alat transportasi yang digunakan bukanlah milik pribadi, melainkan menyewa milik orang lain.

b. Strategi Differensiasi

Dalam strategi ini sebuah perusahaan menyeleksi satu atau lebih atribut yang dipandang penting oleh banyak pembeli dalam suatu industri dan secara unik menepatkan diri untuk memenuhi kebutuhan itu misalnya dari keunggulan produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan brandimage yang lebih unggul.⁹³

⁹³Musa Hubeis dan Mukhammad Naji, *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), 85-86.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa strategi differensiasi yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten adalah sebagai berikut:

- 1) Dari pelayanannya dengan memberikan garansi. hal ini dilakukan untuk memberikan kepercayaan yang lebih baik dari konsumen.
- 2) Merancang produk yang berbeda, produknya dirancang dengan memotong kayu menjadi kecil-kecil dan potongannya berbentuk balok persegi panjang yang disusun menjadi sebuah produk mebel, sehingga hasil dari produksi tersebut memiliki ciri khas yang berbeda dengan industri lainnya. Hal ini dilakukan karena ingin memberi sebuah inovasi lain yang lebih menarik.

c. Strategi Fokus

strategi fokus adalah strategi yang memfokuskan diri pada satu atau lebih segmen pasar yang lebih sempit daripada mengejar pasar yang lebih besar.⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa strategi Fokus yang diterapkan oleh pengusaha mebel di desa Pejaten adalah hanya fokus memproduksi jenis lemari saja. Artinya tidak memproduksi produk yang lain seperti kursi, meja dan untuk tempat tidur. Jadi segmen sasarannya disini hanya untuk yang membutuhkan

⁹⁴M. Suyanto, *Multimedia Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2009), 15.

lemari baik itu yang dikirim langsung ke toko maupun langsung untuk konsumen yang datang langsung ke lokasi. Hal ini dilakukan karena untuk penentuan kualitasnya benar-benar yang terbaik untuk jenis produk lemari dengan disertai pemberian garansi.

d. Aliansi Strategi

Aliansi strategi merupakan persekutuan yang berlangsung selama periode tertentu dimana para sekutu menyumbangkan keterampilan dan keahlian mereka untuk suatu proyek kerja sama.⁹⁵

Berdasarkan dari hasil wawancara Menunjukkan bahwa Strategi Aliansi yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten dengan cara saling berbagi untuk pengeluaran modal dan kerja sama penjualan produk

Dalam penelitian terdapat penemuan mengenai kendala yang dialami oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten:

- 1) Kendala cuaca disini ketika memasuki musim hujan yang mengganggu proses pengeringan.
- 2) Keahlian dari pekerja masih belum sempurna, dimana masih ada pekerja yang kurang terampil dalam memproduksi mebel.
- 3) Kendala bahan baku yang dialami disini adalah tidak kebagian jenis bahan dasar kayu jati dan naiknya harga bahan baku.

⁹⁵ John A, Pearce II dan Richard B. Robinson, *Manajemen Strategis*(Jakarta: Salemba Empat, 2008), 289.

4) Saat ini terjadi wabah virus yang mengganggu perekonomian di Indonesia, yang mana hal ini juga berpengaruh apada para pelaku bisnis, seperti yang dialami oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten yaitu Berkurangnya jumlah produksi dan jumlah pengiriman produk sebagai akibat dari virus Covid 19.

2. Pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel

a. Jujur

Dalam membangun usaha dan menjalankan rutinitas keseharian, seseorang hendaknya mengutamakan kejujuran dan memupuk motivasi untuk jujur. Keutamaan jujur, memperingatkan dari berbuat dusta dan sesungguhnya dusta merupakan sebab hilangnya keberkahan termasuk didalamnya aktivitas muamalah.⁹⁶

Dalam hal ini, pengusaha mebel di desa Pejaten sudah sudah sesuai dengan etika bersaing yang jujur, dimana pengusaha mebel disini dalam menggunakan bahan baku utama yaitu sebuah kayu, terdapat kayu dengan kualitas terbaik dan kualitas yang berada dibawahnya. Penyampaian produk yang disampaikan oleh pengusaha yang menggunakan bahan kayu gamelina, yang mana kayu tersebut berada dibawah kualitas pohon jati.

⁹⁶Firman Menne, *Nilai-Nilai spriritual Dalam Entitas Bisnis Syariah* (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2017), 29-32.

Untuk itu disampaikan dengan apa adanya kalau kayu tersebut menggunakan kayu gamelina bukan kayu jati.

b. Adil

Keadilan bisa diwujudkan dalam setiap kehidupan, sistem ekonomi syariah juga demikian bahkan pencapaian keadilan secara ekonomi menjadi tujuan dan implementasi sistem ekonomi syariah.⁹⁷ Adil disini mengandung makna bahwa dalam setiap aktivitas ekonomi yang dijalankan tidak terjadi suatu tindakan yang menzalimi orang lain.⁹⁸

Pengusaha mebel dalam hal ini menetapkan harganya tidak terlalu rendah dan tidak terlalu mahal, dan juga harganya sudah sesuai dengan kualitas.harga yang ditetapkan antar pengusaha tidak beda jauh. Sehingga dengan adanya penetapan harga yang hampir sama tersebut tercipta rasa adilsesama pengusaha yang lain.

c. Tanggung Jawab

Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktivitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai satu tumbuhan yang dapat tercapai, atau ketika sedang tidak baik dan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu

⁹⁷Yakzan Hamzah dan Hamzah Hafied, *Etika Bisnis Islam* (Makassar: Kretakupa Print, 2014), 45.

⁹⁸M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Ekonomi Islam: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2010), 32.

pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang dan menjual barang melakukan perjanjian dan lain sebagainya.⁹⁹

Bentuk tanggung jawab yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten adalah, dengan memberikan sistem garansi, dimana garansi tersebut berlaku untuk semua jenis produk, dan garansinya berlaku sesuai ketentuan dari pemilik pengusaha masing-masing.

d. Tidak menjelekkkan-jelekkkan bisnis orang lain

Menjelek-jelekkkan bisnis orang lain yang merupakan Pesaingnya merupakan tindakan pengecut. Islam membenarkan adanya persaingan usaha dan melarang praktik monopoli. Persaingan bisnis berdampak positif jika dilakukan dengan cara-cara yang terpuji.¹⁰⁰

Dalam hal ini, masih terdapat pengusaha yang suka membanding-bandingkan bisnisnya sendiri dengan membicarakan kejelekan-kejelekan pengusaha lain. Ini tidak sesuai dengan bisnis dalam Islam, karena merupakan tindakan buruk yang bisa merusak citra bisnis orang lain.

⁹⁹Erly Uliyani, "Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Islam", *Ummul quro*, 1 (Maret, 2016), 69.

¹⁰⁰Amirullah Syarbini& J. Haryadi, *Muhammad Sebagai Bisnismen Ulung* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), 98-99.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah dijelaskan diatas, maka untuk memberikan pemahaman yang lebih singkat, tepat, dan terserah, peneliti paparkan kesimpulan berikut:

1. Strategi bersaing pengusaha mebel di desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso

a. Strategi Biaya Rendah

Dalam strategi pengusaha mebel di Desa Pejaten mempunyai strategi sendiri yaitu dengan menggunakan jenis kayu Gamelina yang harganya lebih murah daripada kayu jati. Dan ada juga pengusaha yang membebankan sebagian biaya pengiriman kepada konsumen.

b. Strategi Differensiasi

Bentuk strategi yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten meliputi inovasi produk dan pelayanannya. Yang mana untuk inovasi produknya menciptakan model produk yang berbeda dengan pengusaha lainnya. Dan untuk pelayanannya sendiri dengan memberikan garansi di setiap pembelian jenis produknya.

c. Strategi Fokus

pengusaha mebel di Desa Pejaten hanya fokus memproduksi jenis mebel lemari dengan pemberian garansi kepada konsumen.

d. Aliansi Strategi

Strategi Aliansi yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten dengan cara saling berbagi untuk pengeluaran modal dan kerja sama penjualan produk

2. Pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel

Dari hasil penelitian juga menyimpulkan bahwa strategi bersaing yang diterapkan oleh pengusaha mebel ada yang sesuai dengan etika bisnis Islam dan ada juga yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, dimana untuk etika bersaing yang jujur, adil dan tanggung jawab sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, akan tetapi dalam hal larangan menjelekkkan pesaing lainnya, masih ada pengusaha dalam menarik konsumen dengan menjelekkkan bisnis pesaingnya.

B. Saran

Selama melakukan penelitian di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso mengenai judul tersebut, demikian saran yang dapat peneliti sampaikan untuk menjadikan perusahaan lebih baik lagi.

1. Solusi dalam menghadapi cuaca dengan Memprediksi waktu datangnya hujan dan mengurangi waktu proses pengeringan atau membuat bangunan khusus untuk pengeringan.
2. Solusi untuk permasalahan tenaga kerja dengan cara Memberikan pelatihan dan bimbingan.

3. Solusi apabila bahan baku langka dan harga naik dengan mengganti jenis kayu dan menaikkan harga jual.
4. Solusi agar tidak merugi dalam wabah virus corona seperti sekarang ini hendaknya Mengurangi jumlah produksi.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq. 2001. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta Timur, 2001.
- Anggareny, Galuh. 2017. *Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam : Studi pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta*. Jurnal Islamic Business Ethics, Vol. 1, No. 2, 235.
- Aprizal. 2018. *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Al Arif, M. Nur Rianto & Dr. Euis Amalia. 2010. *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Bismala, Lisa. 2018. *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Chalimah, Ismatul. 2017. “Implementasi Etika Bisnis Islam dalm Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto)”, (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto).
- Fauroni, Lukman. 2002. *Visi Al-Qur’an Tentang Etika Dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2019. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitriani, Karlinda. 2018. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng Di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo”, (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo).
- Hamzah, Yakzan dan Hamzah Hafied. 2014. *Etika Bisnis Islam*. Makassar: Kretakupa Print.
- Harahap, Isnaini, Dkk. 2015. *Hadits-Hadits Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Haris, Abd. 2010. *Etika Hamka*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Havis, Aravik. 2017. *Sejarah Pemikiran Islam Kontemporer*. Depok: Kencana.
- Hidayat, Anang . 2013. Aliansi Strategi Dalam Membangun Keunggulan Kompetitif Usaha Kecil Menengah Di Indonesia”, *Strategic Alliance*, Vol. 16, No 1, 3.
- Hubeis, Musa dan Mukhamad Najib. 2008. *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta; PT Elex Media Komputindo.

- Indrajit, Richardus Eko dan Richardus Djokopranoto. 2003. *Proses Bisnis Outsourcing*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Isnayni, Nining. 2017. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo”, (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Jakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus imprint dari Penebar wadaya.
- Kasiram, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Mahmudah. 2014. *Islam dan Bisnis Kontemporer*. Jember: Stain Jember Press.
- Manan, Abdul. 2014. *Peranan Hukum Dalam Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media.
- Menne, Firman. 2017. *Nilai-Nilai Spiritual Dalam Entitas Bisnis Syariah*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Novianto, Efri. 2019. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Budi Utami.
- Novit Saputra, Fauzi. 2018. “Analisis Strategi Bersaing Pada CV. Virgo Furniture di Sukoharjo Solo”, (*Skripsi*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta).
- Pearce, John A, dan Richard B. Robinson. 2008. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Raco, J. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Riduwan. 2010. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan Dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta.
- Sa’adatul Hidayah, Novita. 2015. “Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Granefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam”, (*Skripsi*, Universitas Negeri Walisongo Semarang).
- Sari, Irna. 2017. “Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha”, (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

- Sari, Yesi Ockita. "Analisis Persaingan Pedagang Klontongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pedagang Klontongan Pasar Berculuk Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi)", (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Jember).
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Septiyorini, Ike. 2009. Analisis Penggunaan Strategi Generik Terhadap Kinerja Pada Lembaga Pendidikan Luar Sekolah Di Kota Malang. *Jurnal Wacana*. Vol. 12, No. 3. 564.
- Sholihah, Anis. "Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk di Home Industri kelompok Usaha bersama Kucai Jaya Kalibeper Wonosobo", (*Skripsi*, Universitas Negeri Walisongo Semarang).
- Sitanggang, Nathael dan Putri Lynna. 2019. *Manajemen Kewirausahaan Furnitur*. Sleman: CV Budi Utama.
- Sofiana, Yunida. 2011. Analisa Strategi Peningkatan Produksi Mebel di Sentra Industri Kayu. *Jurnal Furniture Productio*, Vol.2, No.1.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Babun. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Suyanto. M. 2009. Multimedia alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Syarbini, Amirullah & J.Haryadi. 2011. *Muhammad Sebagai Bisnismen Ulung*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Triswonto. 2010. *Trik Menulis Skripsi & Menghadapi Presentasi Bebas Stres*. Yogyakarta: Tugu Publisher, 2010.
- Uliyani, Erly. 2016. Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, Vol. VII, No. 1. 69.
- Umar, Husein. 2001. *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Utami, Septi Budi. 2016. "Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam", (*Skripsi*, Institut Agama Islam Purwokerto).

Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Zhaarofah, Intan. 2019. “Strategi Pemasaran Busana Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Pada Konveksi UD. Larasati Botoran Tulungagung)”, (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung).

Al-Qur’an

QS. Al-Baqarah: 275-276.

QS. Al-Maidah: 8.

QS. An-Nisa: 29.

INTERNET

<https://bondowosokab.bps.go.id/publication/2019/09/26/023fda3163a14940197b2bdb/kecamatan-bondowoso-dalam-angka-2019.html>, (Diakses pada tanggal 18 November 2019).

<https://www.gomarketingstrategic.com/strategi-bersaing-dalam-bisnis/>, (di akses pada tanggal 4 Desember 2019).

<https://www.google.com/amp/s/darunnajah.com/tadlis-dalam-perspektif-islam/amp/> (20 Februari 2020)

<https://almanhaj.or.id/2649-jual-beli-gharar.html> (30 April 2020)

IAIN JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah dijelaskan diatas, maka untuk memberikan pemahaman yang lebih singkat, tepat, dan terserah, peneliti paparkan kesimpulan berikut:

1. Strategi bersaing pengusaha mebel di desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso

a. Strategi Biaya Rendah

Dalam strategi pengusaha mebel di Desa Pejaten mempunyai strategi sendiri yaitu dengan menggunakan jenis kayu Gamelina yang harganya lebih murah daripada kayu jati. Dan ada juga pengusaha yang membebankan sebagian biaya pengiriman kepada konsumen.

b. Strategi Differensiasi

Bentuk strategi yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten meliputi inovasi produk dan pelayanannya. Yang mana untuk inovasi produknya menciptakan model produk yang berbeda dengan pengusaha lainnya. Dan untuk pelayanannya sendiri dengan memberikan garansi di setiap pembelian jenis produknya.

c. Strategi Fokus

pengusaha mebel di Desa Pejaten hanya fokus memproduksi jenis mebel lemari dengan pemberian garansi kepada konsumen.

d. Aliansi Strategi

Strategi Aliansi yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten dengan cara saling berbagi untuk pengeluaran modal dan kerja sama penjualan produk

2. Pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel

Dari hasil penelitian juga menyimpulkan bahwa strategi bersaing yang diterapkan oleh pengusaha mebel ada yang sesuai dengan etika bisnis Islam dan ada juga yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, dimana untuk etika bersaing yang jujur, adil dan tanggung jawab sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, akan tetapi dalam hal larangan menjelekkkan pesaing lainnya, masih ada pengusaha dalam menarik konsumen dengan menjelekkkan bisnis pesaingnya.

B. Saran

Selama melakukan penelitian di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso mengenai judul tersebut, demikian saran yang dapat peneliti sampaikan untuk menjadikan perusahaan lebih baik lagi.

1. Solusi dalam menghadapi cuaca dengan Memprediksi waktu datangnya hujan dan mengurangi waktu proses pengeringan atau membuat bangunan khusus untuk pengeringan.
2. Solusi untuk permasalahan tenaga kerja dengan cara Memberikan pelatihan dan bimbingan.

3. Solusi apabila bahan baku langka dan harga naik dengan mengganti jenis kayu dan menaikkan harga jual.
4. Solusi agar tidak merugi dalam wabah virus corona seperti sekarang ini hendaknya Mengurangi jumlah produksi.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq. 2001. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta Timur, 2001.
- Anggareny, Galuh. 2017. *Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam : Studi pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta*. Jurnal Islamic Business Ethics, Vol. 1, No. 2, 235.
- Aprizal. 2018. *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Al Arif, M. Nur Rianto & Dr. Euis Amalia. 2010. *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Bismala, Lisa. 2018. *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Chalimah, Ismatul. 2017. “Implementasi Etika Bisnis Islam dalm Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto)”, (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto).
- Fauroni, Lukman. 2002. *Visi Al-Qur’an Tentang Etika Dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2019. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitriani, Karlinda. 2018. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng Di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo”, (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo).
- Hamzah, Yakzan dan Hamzah Hafied. 2014. *Etika Bisnis Islam*. Makassar: Kretakupa Print.
- Harahap, Isnaini, Dkk. 2015. *Hadits-Hadits Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Haris, Abd. 2010. *Etika Hamka*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Havis, Aravik. 2017. *Sejarah Pemikiran Islam Kontemporer*. Depok: Kencana.
- Hidayat, Anang . 2013. Aliansi Strategi Dalam Membangun Keunggulan Kompetitif Usaha Kecil Menengah Di Indonesia”, *Strategic Alliance*, Vol. 16, No 1, 3.
- Hubeis, Musa dan Mukhamad Najib. 2008. *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta; PT Elex Media Komputindo.

- Indrajit, Richardus Eko dan Richardus Djokopranoto. 2003. *Proses Bisnis Outsourcing*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Isnayni, Nining. 2017. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo”, (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Jakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus imprint dari Penebar wadaya.
- Kasiram, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Mahmudah. 2014. *Islam dan Bisnis Kontemporer*. Jember: Stain Jember Press.
- Manan, Abdul. 2014. *Peranan Hukum Dalam Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media.
- Menne, Firman. 2017. *Nilai-Nilai Spiritual Dalam Entitas Bisnis Syariah*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Novianto, Efri. 2019. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Budi Utami.
- Novit Saputra, Fauzi. 2018. “Analisis Strategi Bersaing Pada CV. Virgo Furniture di Sukoharjo Solo”, (*Skripsi*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta).
- Pearce, John A, dan Richard B. Robinson. 2008. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Raco, J. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Riduwan. 2010. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan Dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta.
- Sa’adatul Hidayah, Novita. 2015. “Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Granefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam”, (*Skripsi*, Universitas Negeri Walisongo Semarang).
- Sari, Irna. 2017. “Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha”, (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

- Sari, Yesi Ockita. "Analisis Persaingan Pedagang Klontongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pedagang Klontongan Pasar Berculuk Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi)", (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Jember).
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Septiyorini, Ike. 2009. Analisis Penggunaan Strategi Generik Terhadap Kinerja Pada Lembaga Pendidikan Luar Sekolah Di Kota Malang. *Jurnal Wacana*. Vol. 12, No. 3. 564.
- Sholihah, Anis. "Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk di Home Industri kelompok Usaha bersama Kucai Jaya Kalibeper Wonosobo", (*Skripsi*, Universitas Negeri Walisongo Semarang).
- Sitanggang, Nathael dan Putri Lynna. 2019. *Manajemen Kewirausahaan Furnitur*. Sleman: CV Budi Utama.
- Sofiana, Yunida. 2011. Analisa Strategi Peningkatan Produksi Mebel di Sentra Industri Kayu. *Jurnal Furniture Productio*, Vol.2, No.1.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Babun. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Suyanto. M. 2009. Multimedia alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Syarbini, Amirullah& J.Haryadi. 2011. *Muhammad Sebagai Bisnismen Ulung*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Triswonto. 2010. *Trik Menulis Skripsi & Menghadapi Presentasi Bebas Stres*. Yogyakarta: Tugu Publisher, 2010.
- Uliyani, Erly. 2016. Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, Vol. VII, No. 1. 69.
- Umar, Husein. 2001. *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Utami, Septi Budi. 2016. "Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam", (*Skripsi*, Institut Agama Islam Purwokerto).

Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Zhaarofah, Intan. 2019. “Strategi Pemasaran Busana Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Pada Konveksi UD. Larasati Botoran Tulungagung)”, (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung).

Al-Qur’an

QS. Al-Baqarah: 275-276.

QS. Al-Maidah: 8.

QS. An-Nisa: 29.

INTERNET

<https://bondowosokab.bps.go.id/publication/2019/09/26/023fda3163a14940197b2bdb/kecamatan-bondowoso-dalam-angka-2019.html>, (Diakses pada tanggal 18 November 2019).

<https://www.gomarketingstrategic.com/strategi-bersaing-dalam-bisnis/>, (di akses pada tanggal 4 Desember 2019).

<https://www.google.com/amp/s/darunnajah.com/tadlis-dalam-perspektif-islam/amp/> (20 Februari 2020)

<https://almanhaj.or.id/2649-jual-beli-gharar.html> (30 April 2020)

IAIN JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Surif

NIM : E20152131

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

“Strategi Bersaing Pengusaha Mebel Di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”.

Adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Bondowoso, 01 Juli 2020

Saya yang menyatakan



Surif
E20152131

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodologi Penelitian	Fokus Penelitian
Strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso dalam perspektif Etiika Bisnis Islam	1. Strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso	a. Pengusaha Mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso	1) Sejarah Pengusaha Mebel di Desa Pejaten 2) Jumlah pengusaha Mebel di Desa Pejaten 3) Proses Produksi Mebel di Desa Pejaten	1. Data Primer a. Pengusaha mebel di Desa Pejaten b. Karyawan pengusaha mebel di Desa Pejaten c. Kepala Desa Pejaten d. Konsumen 2. Data Sekunder a. Dokumentasi b. Kepustakaan	1. Pendekatan Penelitian : Kualitatif Deskriptif 2. Lokasi Penelitian : Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso 3. Teknik Pengumpulan Data a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Analisis Data a. Reduksi Data b. Penyajian Data c. Penarikan Kesimpulan	1. Bagaimana strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso? 2. Bagaimana Pandangan Etika Bisnis Islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso?
		b. Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso	1) Letak dan Batas Wilayah 2) Kependudukan 3) Struktur Organisasi Desa Pejaten 4) Visi dan Misi Desa Pejaten			
		c. Strategi Bersaing Pengusaha mebel di Desa Pejaten	1) Macam-macam strategi bersaing yang digunakan pengusaha mebel 2) Alasan pengusaha mebel dalam memilih strategi bersaing yang digunakan 3) Kendala pengusaha mebel dalam bersaing 4) Solusi pengusaha mebel mengatasi kendala dalam bersaing			
	2. Etika Bisnis Islam	a. Konsep Etika Bisnis Islam	1) Pengertian Etika Bisnis Islam 2) Urgensi Etika Bisnis Islam			
		b. Etika Bersaing dalam Islam	1) Jujur 2) Adil 3) Tanggung jawab 4) Tidak menjelek-jelekkkan bisnis orang lain			
		c. Larangan dalam Etika Bisnis Islam	1) Riba 2) Tadlis 3) Gharar			

PEDOMAN WAWANCARA

1. Kepala Desa
 - a. Bagaimana sejarah Industri Mebel di Desa Pejaten?
 - b. Bagaimana pembagian wilayah di Desa Pejaetn?
2. Pemilik Peternakan
 - a. Berapa lama usaha mebel milik bapak berdiri?
 - b. Bagaimana proses produksi mebel?
 - c. Berapa harga produk yang bapak jual?
 - d. Daerah mana saja bapak memasarkan produknya?
 - e. Bagaimana strategi dalam menghadapi pesaing?
 - f. Apa alasan bapak menggunakan strategi tersebut?
 - g. Apa saja kendala yang dihadapi oleh bapak dalam bersaing?
 - h. Bagaimana solusi bapak dalam mengatasi kendala tersebut?
3. Pekerja
 - a. Apa benar strategi pemilik usaha disini menggunakan strategi tersebut?
 - b. Apa alasannya menggunakan strategi tersebut?
4. Konsumen
 - a. Bagaimana menurut bapak mengenai mebel milik pengusaha di Desa pejaten?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jember

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. : (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.iain-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

Nomor : B- 169 /In.20/7.a/PP.00.9/0x/2020
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth : Kepala Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten
Bondowoso,

di-
TEMPAT

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Surif
NIM : E20152131
Semester : X
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
No Telpn : 08584201148
Dosen Pembimbing : Muhammad Saiful Anam, M.Ag
NIP : 19711114200312 1 002
Judul Penelitian : Strategi Bersaing Pengusaha Mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 18 Februari 2020

Dekan,
Dekan Bidang Akademik

Abdul Rokhim



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI DESA PEJATEN

Nama : Surif

NIM : E20152131

Judul : Strategi Bersaing Pengusaha Mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowodo Kabupaten Bondowoso dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1	13 Maret 2020	Wawancara dengan bapak Rafi (Pemilik Usaha)	
2	13 Maret 2020	Wawancara dengan bapak Muis (Konsumen)	





Pemilik usaha mebel

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI DESA PEJATEN

Nama : Surif

NIM : E20152131

Judul : Strategi Bersaing Pengusaha Mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowodo Kabupaten Bondowoso dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1	25 Maret 2020	Wawancara dengan bapak Rizal (Pemilik Usaha)	
2	25 Maret 2020	Wawancara dengan bapak Samsul (Pekerja)	




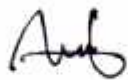
Pemilik usaha mebel

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI DESA PEJATEN

Nama : Surif

NIM : E20152131

Judul : Strategi Bersaing Pengusaha Mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowodo Kabupaten Bondowoso dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1	7 April 2020	Wawancara dengan bapak Abdul Halim (Pemilik Usaha)	
2	7 April 2020	Wawancara dengan bapak Abdus Salam (Konsumen)	



Pemilik usaha mebel

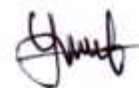
JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI DESA PEJATEN

Nama : Surif

NIM : E20152131

Judul : Strategi Bersaing Pengusaha Mebel di Desa Pejaten Kecamatan Bondowodo Kabupaten Bondowoso dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1	15 April 2020	Wawancara dengan bapak Nasrun (Pemilik Usaha)	
2	15 April 2020	Wawancara dengan bapak Lutfi (Pekerja)	



Pemilik usaha mebel



PEMERINTAH KABUPATEN BONDOWOSO
KECAMATAN BONDOWOSO
DESA PEJATEN

Jl. Kopral Moerin-Pasaran, Kode Pos : 68218

SURAT KETERANGAN

NO : 470.1 / 421 / 430.111 / 2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : JONIAN TO
Jabatan : Kepala Desa

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Surif
Jenis kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Agama : Islam
NIM : E20152131
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Asal Kampus : IAIN JEMBER

Orang tersebut diatas benar-benar telah selesai melakukan penelitian di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso dengan judul **“Strategi Bersaing Pengusaha Mebel Di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pejaten, 28 Mei 2020
Kepala Desa Pejaten



JONIAN TO, S.os

DOKUMENTASI







BIODATA PENULIS



DATA PRIBADI

Nama : Surif
NIM : E20152131
Tempat, tanggal lahir : Bondowoso, 24 April 1996
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Desa Locare RT/RW 08/02 Kec. Curahdami

DATA PENDIDIKAN

1. Taman Kanak-kanak : TK PGRI 08 Karanganyar
2. Sekolah Dasar : SDN Karanganyar 2
3. MTS : MTsN Bondowoso 2
4. MA : MAN Bondowoso
5. Perguruan Tinggi : IAIN Jember - Jurusan Ekonomi Syariah

IAIN JEMBER

STRATEGI BERSAING PENGUSAHA MEBEL DI DESA PEJATEN KECAMATAN BONDOWOSO KABUPATEN BONDOWOSO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Surif, Muhammad Saiful Anam, M.Ag

Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Jember

Surifes4@gmail.com

Abstrak

Di era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan dan teknologi. Kebutuhan tersebut meningkat sebagai akibat jumlah penduduk yang setiap tahun terus bertambah, sehingga menimbulkan persaingan bisnis makin tinggi. Dalam berbisnis manusia sebagai makhluk yang tidak lepas dari perbuatan dosa dan salah yang memiliki banyak kekurangan dalam melakukan Etika yang baik, untuk itu diperlukannya sebuah pedoman yang berupa etika bagaimana cara berbisnis yang baik dan benar.

Fokus Penelitian dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso? 2) Bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso?

Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut, pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, karena dalam penelitian ini nantinya akan menghasilkan data yang bersifat deskriptif mengenai Strategi Bersaing Pengusaha Mebel Di Desa Pejaten Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan: 1) Strategi biaya rendah dengan mengganti jenis kayu Gamelina dan membebankan sebagian biaya pengiriman pada konsumen, Differensiasi melalui inovasi produk dan pelayanan, dan strategi focus dengan hanya memproduksi lemari. 2) strategi bersaing yang diterapkan oleh pengusaha mebel ada yang sesuai dengan etika bisnis Islam dan ada juga yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Kata kunci: Strategi bersaing, Etika bisnis Islam

PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan dan teknologi. Kebutuhan tersebut meningkat sebagai akibat jumlah penduduk yang setiap tahun terus bertambah, sehingga menimbulkan persaingan bisnis makin tinggi. Hal ini terlihat dari upaya-upaya yang dilakukan masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup. Sehingga banyak umat manusia yang bekerja dengan keras untuk mengejar tercapainya penghidupan yang layak. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya manusia memerlukan harta. Salah satu cara manusia untuk memenuhi kebutuhannya adalah dengan cara berbisnis. Mengingat dalam berbisnis itu pasti ada persaingan, maka yang perlu kita lakukan dalam berbisnis adalah menentukan strategi yang tepat dan efisien agar usaha yang kita jalankan tetap hidup dijalar persaingan dalam penentuan strategi kita harus memanfaatkan keunggulan daya saing yang berupa keunggulan kualitas produk, layanan pelanggan, harga yang kompetitif, hubungan yang erat dengan pemasok, pelanggan dan karyawan.¹

Etika Bisnis Islam merupakan suatu cara berbisnis yang berpedoman pada nilai-nilai luhur yang ditemukan dalam sumber-sumber ajaran Islam, al-Qur'an dan sunnah yang berisi nilai-nilai moralitas yang menyuruh kepada kebenaran dan kebaikan, kesabaran dan akhlak, serta mencegah dari kepalsuan, penipuan, kecurangan, kejahatan dan kemungkaran serta mengharuskan bagi pelaku bisnis untuk berhati-hati agar jangan sampai melakukan tindakan yang merugikan orang lain, atau bahkan merugikan dirinya sendiri akibat tindakan-tindakannya dalam dunia bisnis.²

Di dalam setiap wilayah Indonesia biasanya terdapat sebuah sentra yang menjadi pusat dalam suatu industri, sentra merupakan suatu kawasan atau lokasi tertentu dimana sejumlah pengrajin yang menggunakan bahan baku yang sama menghasilkan produk yang sama atau sejenis atau bisa juga menghasilkan produk barang yang berbeda dari bahan baku yang sama seperti bahan baku kayu dapat menghasilkan produk mebel dan lain-lain. Suatu kawasan memiliki peran penting dalam perekonomian suatu wilayah, ada yang berpusat di desa, kecamatan dan ada juga yang berpusat di provinsi. Seperti di beberapa sentra kayu yang

¹Lisa Bismala, dkk, *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah* (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018), 10.

²Aravik Havis, *Sejarah Pemikiran Islam Kontemporer* (Depok: Kencana, 2017),137.

ada dipulau Jawa antara lain: Jepara (Jawa Tengah), Pasuruan (Jawa Timur), Indramayu (Jawa Barat) yang telah cukup lama menjadi kawasan dan sentra ekonomi di daerahnya.³ Di Kabupaten Bondowoso, Provinsi Jawa Timur terdapat sebuah desa yang menjadi sentra Industri mebel, yakni Desa Pejaten. Industri mebel di Bondowoso mungkin masih kalah populer dengan daerah-daerah lain seperti Pasuruan dan Jepara. Akan tetapi dalam hal hasil produksi tidak kalah jauh dengan yang ada di daerah Pasuruan, sehingga mebel yang ada di Bondowoso ini mampu bersaing dengan produk-produk luar lokal, hal itu dibuktikan dengan adanya pemasaran yang tidak hanya terjual di daerah lokal, akan tetapi pemasarannya mencapai luar daerah Bondowoso. Sehingga Bondowoso yang saat ini dikenal dengan kota Tape, bukan tidak mungkin kedepannya akan menjadi kota industri mebel.

Di Bondowoso terdapat sebuah tradisi yang namanya tradisi pak bereng, tradisi pak bereng bisa dikatakan dengan istilah barang bawaan dimana hal tersebut merupakan seserahan harta yang dibawa oleh suami terhadap pihak perempuan. Barang yang akan dibawa oleh pihak suami tersebut dikonotasikan pada seisi rumah atau perabotan rumah, diantaranya yaitu lemari, seperangkat meja kursi, tempat tidur dan lain-lain. Sehingga dengan adanya tradisi ini maka akan membawa berkah terhadap pengusaha mebel yang ada di Bondowoso, terutama di Desa Pejaten yang saat ini menjadi pusatnya industri mebel di Bondowoso

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengambil judul **“STRATEGI BERSAING PENGUSAHA MEBEL DI DESA PEJATEN KECAMATAN BONDOWOSO KABUPATEN BONDOWOSO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM”**.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso?
2. Bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso?

³Yunida Sofiana, “Analisi Strategi Peningkatan Produksi Mebel di Sentra Industri Kayu”, *Furniture Production*, 1 (April, 2011), 2.

KAJIAN TEORI

1. Strategi bersaing

a. Pengertian Strategi Bersaing

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategos* (*Stratos* adalah militer dan *og* adalah memimpin) yang berarti sesuatu yang dikerjakan oleh para Jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clausewitz. Maka tidak mengherankan apabila istilah strategi sering digunakan dalam kancah peperangan. Apabila istilah strategi digunakan pertama kali dalam dunia militer.⁴

b. Macam-macam Strategi bersaing

1) Strategi Biaya Rendah

Strategi biaya rendah adalah kemampuan organisasi bisnis untuk merancang, membuat dan memasarkan produk yang sama dengan kompetitor tetapi dengan biaya yang lebih efisien (minimal).⁵

Pada konsep strategi ini, perusahaan bersiap menjadi produsen berbiaya terendah dalam industri dengan memberikan harga jual yang lebih murah daripada harga yang diberikan pesaingnya dengan nilai atau mutu produk yang sama. Dalam hal ini, sumber keunggulan biaya bervariasi bergantung pada struktur industri. Sumber-sumber tersebut dapat mencakup pengajaran skala ekonomis, teknologi milik sendiri, akses preferensial ke bahan mentah, dan faktor-faktor lainnya.⁶

2) Strategi Diferensiasi

Dengan strategi ini perusahaan berusaha menjadi unik dalam industrinya untuk berbagai dimensi yang secara umum di hargai pembeli. Caranya adalah dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu bagi konsumennya. Perusahaan menyeleksi satu atau lebih atribut yang dipandang penting oleh banyak pembeli dalam suatu industri dan secara unik menempatkan diri untuk memenuhi kebutuhan itu misalnya keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan brand image yang lebih unggul.

3) Strategi Fokus

⁴Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 11.

⁵Efri Novianto, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 50.

⁶Musa Hubeis dan Mukhamad Najib, *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), 85-86.

Strategi fokus adalah strategi yang memfokuskan diri pada satu atau lebih segmen pasar yang sempit daripada mengejar pasar yang lebih besar.⁷ Strategi ini berbeda dengan strategi lainnya karena menekankan pilihan akan cakupan bersaing yang sempit dalam suatu industri. Penganut strategi fokus memilih suatu segmen dalam industri bersangkutan dan menyesuaikan strateginya untuk melayani dengan cara mengesampingkan yang lain. Dengan mengoptimalkan strateginya untuk segmen sasaran, penganut strategi fokus berusaha mencapai keunggulan bersaing dalam segmen sasaran walaupun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan.

4) Aliansi Strategi

Aliansi strategi merupakan persekutuan yang berlangsung selama periode tertentu dimana para sekutu menyumbangkan keterampilan dan keahlian mereka untuk suatu proyek kerja sama.⁸

c. Tujuan Strategi Bersaing

- 1) Membentuk suatu positioning yang tepat, perusahaan berusaha untuk menunjukkan suatu image atau citra tersendiri mengenai perusahaan kepada pelanggan atau pasar sasaran.
- 2) Mempertahankan pelanggan yang setia, pelanggan yang setia bagaikan kekayaan untuk masa depan, yang jika dikelola dengan baik akan memberikan aliran pemasukan seumur hidup yang baik kepada perusahaan.
- 3) Mendapatkan pangsa pasar baru, perusahaan berusaha untuk mendapatkan dan memperluas pangsa pasar dengan menggunakan strategi bersaing mereka masing-masing untuk meraih pasar seluas-luasnya.
- 4) Memaksimalkan penjualan, proses untuk memaksimalkan laba atau keuntungan tergantung dari efektifitas strategi bersaingnya, selain itu juga bergantung pada seluruh sistem yang ada dalam perusahaan serta unit-unit fungsional lainnya.
- 5) Memaksimalkan kinerja bisnis yang efektif, perusahaan harus menciptakan kinerja bisnis yang efektif, agar bisnis mereka dapat dikelola secara strategis, yaitu dengan mendefinisikan : kelompok pelanggan yang akan dilayani,

⁷M. Suyanto, *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2009), 15.

⁸ John A, Pearce II dan Richard B. Robinson, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 289.

kebutuhan pelanggan yang akan dipenuhi, serta teknologi yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.⁹

2. Etika Bisnis Islam

a. Konsep Etika Bisnis Islam

1) Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari kata Yunani (*ethos*) yang berarti adat, watak atau kesusilaan, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*). Etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala sesuatu yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari generasi ke generasi yang lain.¹⁰

Kata bisnis dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*business*” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Menurut Buchari Alma, pengertian bisnis tujuan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.¹¹

Etika Bisnis Islam adalah hal-hal yang menyangkut apa-apa yang boleh dan tidak boleh, yang baik dan tidak baik dilakukan dalam berbisnis. Etika Bisnis Islam adalah penerapan-penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber pada Al-Qur’an dan Sunnah Nabi dalam berbisnis.¹²

2) Urgensi Etika Bisnis Islam

- a) Aspek teologis, bahwasannya etika dalam Islam merupakan ajaran Tuhan yang diwahyukan kepada Rasulullah saw. Baik dalam bentuk al-Qur’an maupun Sunnah.
- b) Aspek watak manusia, watak manusia yang cenderung mendahulukan keinginan daripada kebutuhannya. Bukankah watak dasar manusia itu secara

⁹Muhammad Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 118.

¹⁰Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 24.

¹¹Ibid., 28.

¹²Abd Haris, *Etika Hamka* (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2010), 151.

universal adalah bersifat serakah (tamak) dan cenderung mendahulukan keinginannya yang tidak terbatas dan tidak terukur daripada sekedar memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk itu mereka butuh pencerahan agar sadar pokok yang paling penting adalah memenuhi kebutuhan. Apabila tidak, niscaya dalam melakukan bisnis mereka akan menghalalkan segala cara hanya demi meraih keuntungan yang sesat.

- c) Aspek sosiologis, dalam realitis sebagai akibat dari perilaku manusia yang cenderung amoral, pada akhirnya akan melahirkan konteks persaingan yang tidak sehat dan semakin keras dalam dunia global. Dengan kenyataan ini sudah selayaknya perlu adanya ajaran etika dalam dunia bisnis agar perilaku bisnis memahami dan menyadari mana wilayah yang sah dilakukan, dan mana wilayah yang tidak boleh dilanggar dalam melakukan usaha.
 - d) Perkembangan teknologi, perkembangan yang semakin pesat dengan berbagai ragamnya disatu sisi banyak menghasilkan nilai positif yang semakin mempermudah dan mempercepat pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Namun disisi lain dampak negatifnya pasti akan terjadi. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi terjadinya praktik penyimpangan etika tersebut yang bersifat negatif kehadiran etika bisnis Islam sangatlah signifikan sekali.
 - e) Aspek akademis, bertolak dari keempat aspek sebagaimana diatas, maka sudah selayaknya apabila etika bisnis dijadikan mata kajian akademis baik masa kini maupun yang akan datang. Sehingga kajian tentang etika dalam bisnis agar selalu menghasilkan teori-teori baru yang dapat diaplikasikan dalam dunia bisnis yang aktual dan kontekstual. Dengan harapan agar para pelaku bisnis mempunyai sandaran nilai yang dapat dijadikan pedoman dalam dunia usaha.¹³
- b. Etika Bersaing Dalam Islam
- 1) Jujur

Menurut An-Nawawi, jujur adalah sikap seseorang yang benar dalam segala kondisi baik dalam niat, ucapan maupun perbuatan, dan mereka benar-benar dalam keimanan dan ketakwaan kepada Allah.

¹³Ibid., 31-34.

Kejujuran berarti melakukan dan mengatakan apa yang benar untuk yang terbaik dari pengetahuan seseorang. Sudah jelas bahwasannya terlarang dalam Islam untuk berbohong atau menipu dalam segala situasi.

2) Adil

Dalam bahasa Indonesia kata “adil” arti diartikan sebagai tidak berat sebelah, tidak memihak atau berpihak kepada yang benar, berpegang kepada kebenaran atau tidak sewenang-wenang. Bentuk kata jadiannya adalah “keadilan” yang berarti sifat (perbuatan, perlakuan dan sebagainya) yang adil. Pengertian tersebut memberikan pemahaman bahwa keadilan menekankan pentingnya menempatkan sesuatu secara proporsional, tidak berat sebelah, tidak pilih kasih dan tidak sewenang-wenang.¹⁴

Secara terminologis baik dari sudut pandang agama maupun filosof, keadilan merupakan prinsip ketahanan moral (kebijakan), yaitu memberikan sesuatu kepada setiap orang yang sesuai hak yang harus diperolehnya, memperlakukan semua orang sama, perlakuan yang sama terhadap orang yang mempunyai hak yang sama, kemampuan, tugas dan fungsi yang sama.¹⁵

3) Tanggung Jawab

Islam sangat menekankan pada sikap tanggung jawab walaupun tidaklah berarti mengabaikan kebebasan individu. Ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kehendak yang bertanggung jawab, manusia harus mempertanggungjawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia bahkan paling penting adalah telah di hadapan Tuhan. Tanggung jawab muslim yang sempurna tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya.

4) Tidak menjelek-jelekkkan bisnis orang lain

Setiap bisnis pasti mencari keuntungan, bahkan kalau perlu melakukan berbagai cara. Sayangnya demi keuntungan kerugian banyak orang yang terjebak dengan melakukan perbuatan tidak terpuji, misalnya dengan cara menjelek-jelekkkan bisnis pesaingnya, sehingga bisnis pesaingnya jatuh reputasinya. Akibatnya pelanggan lari dan berpindah ke dirinya.

¹⁴Yakzan Hamzah dan Hamzah Hafied, *Etika Bisnis Islam* (Makassar: Kretakupa Print, 2014), 45.

¹⁵Ibid., 46.

c. Larangan Dalam Etika Bisnis Islam

1) Riba

Riba secara literal berarti peningkatan dan penambahan. Al-Qur'an juga mempergunakan istilah ini untuk menyatakan peningkatan/tambahan yang signifikan. Secara teknikal riba berarti penambahan jumlah hutang dalam waktu yang ditentukan karena masa pinjaman dipanjangkan waktunya, atau orang yang meminjam tidak mampu membayar pada waktu yang telah ditentukan.¹⁶

2) Tadelis

Tadelis adalah sesuatu yang mengandung unsur penipuan. Unsur ini tidak hanya dalam ekonomi syariah melainkan juga dalam ekonomi konvensional. Tadelis dalam berinvestasi adalah menyampaikan sesuatu yang dalam transaksi bisnis dengan informasi yang diberikan tidak sesuai fakta yang ada pada sesuatu tersebut, yang termasuk dalam penipuan.¹⁷

3) Gharar

Gharar berasal dari bahasa arab yang berarti keraguan, tipuan, atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan orang pihak lain. Suatu akad yang mengandung unsur penipuan mengenai tidak adanya kepastian, baik mengenai ada atau tidaknya obyek akad, besar kecilnya jumlah, maupun kemampuan menyerahkan obyek yang disebutkan dalam akad tersebut.

Menurut Imam al-Qarafi, gharar adalah suatu akad yang tidak diketahui secara tegas apakah efek akad terlaksana atau tidak, misalnya jual beli burung yang masih di udara atau ikan yang masih berada didalam air.¹⁸

METODE PENELITIAN

1. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta yang mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode observasi secara non-partisipatif, artinya pengamat. Peneliti hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan.

¹⁶Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta Timur, 2001), 126-127.

¹⁷Abdul Manan, *Peranan Hukum Dalam Pembangunan Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media, 2014),169.

¹⁸Yakzan Hamzah dan Hamzah Hafied, *Etika Bisnis Islam*, 48-49.

Peneliti melakukan pengamatan dengan teknik observasi langsung, yaitu peneliti mengamati seluruh kegiatan mulai dari proses yang sedang berlangsung hingga selesai. Yang nantinya menjadi sumber data yang kemudian dapat diolah menjadi bahan analisis.

Dalam hal ini peneliti akan mengobservasi kondisi Desa Pejaten untuk menentukan kelayakan tempat untuk diteliti dan kondisi subyek penelitian sebagai informan penelitian yang akan memberikan informasi mengenai masalah yang akan diteliti.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi atau keterangan-keterangan.¹⁹ Percakapan itu dilakukan oleh kedua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yaitu yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan.²⁰

Adapun data yang diperoleh dari hasil wawancara antara lain :

- 1) Sejarah pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
- 2) Jumlah pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
- 3) Proses Produksi mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
- 4) Strategi bersaing pengusaha mebel di Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebagai data baik fakta yang terkumpul berbentuk denah, struktur organisasi, data mengenai produksi dan sebagainya maupun data dalam bentuk yang lainnya, perlu disimpan dalam bentuk dokumentasi. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi waktu yang lalu.²¹

- 1) Letak dan batas wilayah Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.

¹⁹Ibid., 228.

²⁰Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 186.

²¹Triswanto, *Trik Menulis Skripsi & Menghadapi Presentasi Bebas Stres* (Yogyakarta: Tugu Publisher, 2010), 74.

- 2) Kependudukan Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
- 3) Struktur organisasi Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.
- 4) Visi dan misi Desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.

2. Analisa Data

a. Data Reduction (*Reduksi data*)

Yaitu proses pemilihan, pemusatan pada penyederhanaan dan transparansi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan atau suatu bentuk yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengkoordinasikan data dengan cara sedemikian rupa, sehingga kesimpulan dapat ditarik dan *diverifikasi*.

b. Data Display (*Penyajian Data*)

Merupakan langkah merancang dengan berkesinambungan terhadap deret, kolom-kolom sebuah matrik untuk data kualitatif dan memutuskan jenis dan bentuk data yang harus dimasukkan dalam laporan selama memperoleh data di lapangan.

Rangkuman data yang diperoleh peneliti dari hasil observasi, wawancara kepada seluruh narasumber dan dokumentasi di lingkungan Desa Pejaten dan konsumen akan disajikan dalam bentuk teks naratif.

c. Conclusion Drawing/Verification

Peneliti akan menganalisis semua data yang diterima atau yang dapat menjadi sebuah kesimpulan yang pada awalnya longgar, tetap terbuka, dan bisa dipahami oleh pembaca.

HASIL PEMBAHASAN TEMUAN

1. Strategi bersaing pengusaha mebel di desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso

a. Strategi Biaya Rendah

Strategi biaya rendah merupakan kemampuan organisasi bisnis untuk merancang, membuat dan memasarkan sebuah produk yang sama dengan kompetitor tetapi dengan biaya yang lebih efisien (minimal).²²

Strategi keunggulan biaya yang diterapkan oleh pengusaha adalah sebagai berikut :

²²Efri Novianto, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 50.

- 1) Mengganti jenis bahan kayu jati dengan Gamelina, hal ini dilakukan karena harga kayu jati yang lebih mahal dari pada jenis kayu gamelina,
- 2) Meminimalkan biaya dari proses pengiriman, dimana biaya tersebut dibayar oleh pemilik usaha sebesar 30% dan konsumen sebesar 70%, hal itu karena alat transportasi yang digunakan bukanlah milik pribadi, melainkan menyewa milik orang lain.

b. Strategi Differensiasi

Dalam strategi ini sebuah perusahaan menyeleksi satu atau lebih atribut yang dipandang penting oleh banyak pembeli dalam suatu industri dan secara unik menepatkan diri untuk memenuhi kebutuhan itu misalnya dari keunggulan produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan brandimage yang lebih unggul.²³

Strategi differensiasi yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten adalah sebagai berikut:

- 1) Dari pelayanannya dengan memberikan garansi. hal ini dilakukan untuk memberikan kepercayaan yang lebih baik dari konsumen.
- 2) Merancang produk yang berbeda, produknya dirancang dengan memotong kayu menjadi kecil-kecil dan potongannya berbentuk balok persegi panjang yang disusun menjadi sebuah produk mebel, sehingga hasil dari produksi tersebut memiliki ciri khas yang berbeda dengan industri lainnya. Hal ini dilakukan karena ingin memberi sebuah inovasi lain yang lebih menarik.

c. Strategi Fokus

strategi fokus adalah strategi yang memfokuskan diri pada satu atau lebih segmen pasar yang lebih sempit daripada mengejar pasar yang lebih besar.²⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa strategi Fokus yang diterapkan oleh pengusaha mebel di desa Pejaten adalah hanya fokus memproduksi jenis lemari saja. Artinya tidak memproduksi produk yang lain seperti kursi, meja dan untuk tempat tidur. Jadi segmen sasarannya disini hanya untuk yang membutuhkan lemari baik itu yang dikirim langsung ke toko maupun langsung untuk konsumen yang datang langsung ke lokasi. Hal ini di lakukan karena untuk penentuan kualitasnya benar-benar yang terbaik untuk jenis produk lemari dengan disertai pemberian garansi.

²³Musa Hubeis dan Mukhammad Naji, *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), 85-86.

²⁴M. Suyanto, *Multimedia Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2009), 15.

Dalam penelitian terdapat penemuan mengenai kendala yang dialami oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten:

- 1) Kendala cuaca disini ketika memasuki musim hujan yang mengganggu proses pengeringan.
- 2) Keahlian dari pekerja masih belum sempurna, dimana masih ada pekerja yang kurang terampil dalam memproduksi mebel.
- 3) Kendala bahan baku yang dialami disini adalah tidak kebagian jenis bahan dasar kayu jati dan naiknya harga bahan baku.
- 4) Saat ini terjadi wabah virus yang mengganggu perekonomian di Indonesia, yang mana hal ini juga berpengaruh apada para pelaku bisnis, seperti yang dialami oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten yaitu Berkurangnya jumlah produksi dan jumlah pengiriman produk sebagai akibat dari virus Covid 19.

d. Aliansi Strategi

Aliansi strategi merupakan persekutuan yang berlangsung selama periode tertentu dimana para sekutu menyumbangkan keterampilan dan keahlian mereka untuk suatu proyek kerja sama.²⁵

Berdasarkan dari hasil wawancara Menunjukkan bahwa Strategi Aliansi yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten dengan cara saling berbagi untuk pengeluaran modal dan kerja sama penjualan produk

2. Pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel

a. Jujur

Dalam membangun usaha dan menjalankan rutinitas keseharian, seseorang hendaknya mengutamakan kejujuran dan memupuk motivasi untuk jujur. Keutamaan jujur, memperingatkan dari berbuat dusta dan sesungguhnya dusta merupakan sebab hilangnya keberkahan termasuk didalamnya aktivitas muamalah.²⁶

Dalam hal ini, pengusaha mebel di desa Pejaten sudah sesuai dengan etika bersaing yang jujur, dimana pengusaha mebel disini dalam menggunakan bahan baku utama yaitu sebuah kayu, terdapat kayu dengan kualitas terbaik dan kualitas yang berada dibawahnya. Penyampaian produk yang disampaikan oleh pengusaha yang menggunakan bahan kayu gamelina, yang mana kayu tersebut berada dibawah

²⁵ John A, Pearce II dan Richard B. Robinson, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 289.

²⁶ Firman Menne, *Nilai-Nilai spiritual Dalam Entitas Bisnis Syariah* (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2017), 29-32.

kualitas pohon jati. Untuk itu disampaikan dengan apa adanya kalau kayu tersebut menggunakan kayu gamelina bukan kayu jati.

b. Adil

Keadilan bisa diwujudkan dalam setiap kehidupan, sistem ekonomi syariah juga demikian bahkan pencapaian keadilan secara ekonomi menjadi tujuan dan implementasi sistem ekonomi syariah.²⁷ Adil disini mengandung makna bahwa dalam setiap aktivitas ekonomi yang dijalankan tidak terjadi suatu tindakan yang menzalimi orang lain.²⁸

Pengusaha mebel dalam hal ini menetapkan harganya tidak terlalu rendah dan tidak terlalu mahal, dan juga harganya sudah sesuai dengan kualitas.harga yang ditetapkan antar pengusaha tidak beda jauh. Sehingga dengan adanya penetapan harga yang hampir sama tersebut tercipta rasa adilsesama pengusaha yang lain.

c. Tanggung Jawab

Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktivitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai satu tumbuhan yang dapat tercapai, atau ketika sedang tidak baik dan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang dan menjual barang melakukan perjanjian dan lain sebagainya.²⁹

Bentuk tanggung jawab yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten adalah, dengan memberikan sistem garansi, dimana garansi tersebut berlaku untuk semua jenis produk, dan garansinya berlaku sesuai ketentuan dari pemilik pengusaha masing-masing.

d. Tidak menjelekkkan-jelekkkan bisnis orang lain

Menjelek-jelekkkan bisnis orang lain yang merupakan Pesaingnya merupakan tindakan pengecut. Islam membenarkan adanya persaingan usaha dan melarang praktik monopoli. Persaingan bisnis berdampak positif jika dilakukan dengan cara-cara yang terpuji.³⁰

Dalam hal ini, masih terdapat pengusaha yang suka membanding-bandingkan bisnisnya sendiri dengan membicarakan kejelekan-kejelekan pengusaha lain. Ini tidak

²⁷Yakzan Hamzah dan Hamzah Hafied, *Etika Bisnis Islam* (Makassar: Kretakupa Print, 2014), 45.

²⁸M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Ekonomi Islam: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2010), 32.

²⁹Erly Uliyani, "Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Islam", *Ummul quro*, 1 (Maret, 2016), 69.

³⁰Amirullah Syarbini& J. Haryadi, *Muhammad Sebagai Bisnismen Ulung* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), 98-99.

sesuai dengan bisnis dalam Islam, karena merupakan tindakan buruk yang bisa merusak citra bisnis orang lain.

KESIMPULAN

1. Strategi bersaing pengusaha mebel di desa Pejaten, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso

a. Strategi Biaya Rendah

Dalam strategi pengusaha mebel di Desa Pejaten mempunyai strategi sendiri yaitu dengan menggunakan jenis kayu Gamelina yang harganya lebih murah daripada kayu jati. Dan ada juga pengusaha yang membebankan sebagian biaya pengiriman kepada konsumen.

b. Strategi Differensiasi

Bentuk strategi yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten meliputi inovasi produk dan pelayanannya. Yang mana untuk inovasi produknya menciptakan model produk yang berbeda dengan pengusaha lainnya. Dan untuk pelayanannya sendiri dengan memberikan garansi di setiap pembelian jenis produknya.

c. Strategi Fokus

pengusaha mebel di Desa Pejaten hanya fokus memproduksi jenis mebel lemari dengan pemberian garansi kepada konsumen.

d. Aliansi Strategi

Strategi Aliansi yang diterapkan oleh pengusaha mebel di Desa Pejaten dengan cara saling berbagi untuk pengeluaran modal dan kerja sama penjualan produk

2. Pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing pengusaha mebel

Dari hasil penelitian juga menyimpulkan bahwa strategi bersaing yang diterapkan oleh pengusaha mebel ada yang sesuai dengan etika bisnis Islam dan ada juga yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, dimana untuk etika bersaing yang jujur, adil dan tanggung jawab sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, akan tetapi dalam hal larangan menjelekkkan pesaing lainnya, masih ada pengusaha dalam menarik konsumen dengan menjelekkkan bisnis pesaingnya.

Saran

1. Solusi dalam menghadapi cuaca dengan Memprediksi waktu datangnya hujan dan mengurangi waktu proses pengeringan atau membuat bangunan khusus untuk pengeringan.

2. Solusi untuk permasalahan tenaga kerja dengan cara Memberikan pelatihan dan bimbingan.
3. Solusi apabila bahan baku langka dan harga naik dengan mengganti jenis kayu dan menaikkan harga jual.
4. Solusi agar tidak merugi dalam wabah virus corona seperti sekarang ini hendaknya Mengurangi jumlah produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq. 2001. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta Timur, 2001.
- Anggareny, Galuh. 2017. *Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam : Studi pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta*. Jurnal Islamic Business Ethics, Vol. 1, No. 2, 235.
- Aprizal. 2018. *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Al Arif, M. Nur Rianto & Dr. Euis Amalia. 2010. *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Bismala, Lisa. 2018. *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Chalimah, Ismatul. 2017. "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto)", (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto).
- Fauroni, Lukman. 2002. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2019. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitriani, Karlinda. 2018. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng Di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo", (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo).
- Hamzah, Yakzan dan Hamzah Hafied. 2014. *Etika Bisnis Islam*. Makassar: Kretakupa Print.
- Harahap, Isnaini, Dkk. 2015. *Hadits-Hadits Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Haris, Abd. 2010. *Etika Hamka*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Havis, Aravik. 2017. *Sejarah Pemikiran Islam Kontemporer*. Depok: Kencana.
- Hidayat, Anang . 2013. *Aliansi Strategi Dalam Membangun Keunggulan Kompetitif Usaha Kecil Menengah Di Indonesia*", *Strategic Alliance*, Vol. 16, No 1, 3.

- Hubeis, Musa dan Mukhamad Najib. 2008. *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta; PT Elex Media Komputindo.
- Indrajit, Richardus Eko dan Richardus Djokopranoto. 2003. *Proses Bisnis Outsourcing*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Isnayni, Nining. 2017. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo", (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Jakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus imprint dari Penebar wadaya.
- Kasiram, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Mahmudah. 2014. *Islam dan Bisnis Kontemporer*. Jember: Stain Jember Press.
- Manan, Abdul. 2014. *Peranan Hukum Dalam Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media.
- Menne, Firman. 2017. *Nilai-Nilai Spiritual Dalam Entitas Bisnis Syariah*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Novianto, Efri. 2019. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Budi Utami.
- Novit Saputra, Fauzi. 2018. "Analisis Strategi Bersaing Pada CV. Virgo Furniture di Sukoharjo Solo", (*Skripsi*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta).
- Pearce, John A, dan Richard B. Robinson. 2008. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Raco, J. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Riduwan. 2010. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan Dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta.
- Sa'adatul Hidayah, Novita. 2015. "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Granefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", (*Skripsi*, Universitas Negeri Walisongo Semarang).
- Sari, Irna. 2017. "Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha", (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Sari, Yesi Ockita. "Analisis Persaingan Pedagang Klontongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pedagang Klontongan Pasar Berculuk Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi)", (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Jember).
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.

- Septiyorini, Ike. 2009. Analisis Penggunaan Strategi Generik Terhadap Kinerja Pada Lembaga Pendidikan Luar Sekolah Di Kota Malang. *Jurnal Wacana*. Vol. 12, No. 3. 564.
- Sholihah, Anis. "Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk di Home Industri kelompok Usaha bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo", (*Skripsi*, Universitas Negeri Walisongo Semarang).
- Sitanggang, Nathael dan Putri Lynna. 2019. *Manajemen Kewirausahaan Furnitur*. Sleman: CV Budi Utama.
- Sofiana, Yunida. 2011. Analisa Strategi Peningkatan Produksi Mebel di Sentra Industri Kayu. *Jurnal Furniture Productio*, Vol.2, No.1.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Babun. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Suyanto. M. 2009. Multimedia alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Syarbini, Amirullah& J.Haryadi. 2011. *Muhammad Sebagai Bisnisan Ulung*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Triswonto. 2010. *Trik Menulis Skripsi & Menghadapi Presentasi Bebas Stres*. Yogyakarta: Tugu Publisher, 2010.
- Uliyani, Erly. 2016. Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, Vol. VII, No. 1. 69.
- Umar, Husein. 2001. *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Utami, Septi Budi. 2016. "Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam", (*Skripsi*, Institut Agama Islam Purwokerto).
- Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Zhaarofah, Intan. 2019. "Strategi Pemasaran Busana Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Pada Konveksi UD. Larasati Botoran Tulungagung)", (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung).