

Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada PT. Brexelle Berkah Uniti

Risma Hanifah¹, Lutfi Zulkarnain²

¹Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI: E-Mail: rismahanifah15@gmail.com

² Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI: E-Mail: lutfi.zulkarnain@sebi.ac.id

ABSTRACT. *The purpose of this study is to answer how to analyze the principles of Islamic business ethics implemented by PT. Brexelle Berkah Uniti is facing business competition. The writing method used is descriptive qualitative with field research. For data collection, the authors conducted observations and interviews with informants in this study, namely the main director of PT. Brexelle Berkah Uniti. The results of this study concluded that PT. Brexelle Berkah Uniti has implemented five principles of Islamic business ethics. The principle of unity (tawhid), PT. Brexelle Berkah Uniti believes that Allah has arranged sustenance. The principle of balance (fairness), PT. Brexelle Berkah Uniti uses measuring instruments as measurements in forming its products. The principle of free will, PT. Brexelle Berkah Uniti can fulfill the mutually agreed upon agreement. The principle of responsibility, PT. Brexelle Berkah Uniti can fulfill employee salaries by the initial agreement. The principle of virtue (ihsan), PT. Brexelle Berkah Uniti can create jobs for the surrounding environment.*

Keywords: *Islamic Business Ethics, Business Competition*

ABSTRAK. Tujuan dari penelitian ini adalah menjawab bagaimana analisis prinsip etika bisnis Islam yang diimplementasikan oleh PT. Brexelle Berkah Uniti dalam menghadapi Persaingan bisnis. Metode penulisan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Untuk pengumpulan data penulis melakukan observasi dan wawancara terhadap informan dalam penelitian ini yaitu direktur utama dari PT. Brexelle Berkah Uniti. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa PT. Brexelle Berkah Uniti telah menerapkan lima prinsip etika bisnis Islam. Prinsip kesatuan (tauhid), PT. Brexelle Berkah Uniti meyakini bahwa rezeki sudah Allah atur. Prinsip keseimbangan (adil), PT. Brexelle Berkah Uniti melakukan alat ukur sebagai takaran dalam membentuk produknya. Prinsip kebebasan berkehendak, PT. Brexelle Berkah Uniti dapat memenuhi perjanjian yang telah disepakati bersama. Prinsip tanggung jawab, PT. Brexelle Berkah Uniti dapat memenuhi gaji karyawan yang sesuai dengan kesepakatan diawal. Prinsip kebajikan (ihsan), PT. Brexelle Berkah Uniti dapat membuka lapangan kerja bagi lingkungan sekitar.

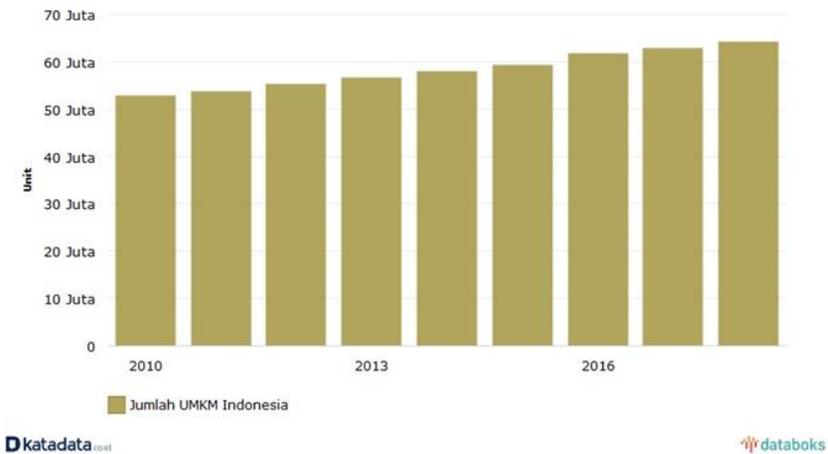
Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Persaingan Bisnis*

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, dunia perekonomian semakin berkembang pesat. Dengan banyaknya populasi manusia, menyebabkan kebutuhan manusia semakin meningkat. Tak sedikit dari mereka yang melakukan bisnis untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam buku “ Fenomena Bisnis Ekonomi Terkini ” yang ditulis oleh Ambara, Andreas dan kawan-kawan menjelaskan bahwa berawal pada tahun 2020-2021 yang mengalami fenomena The Great Resignation, yaitu fenomena berhenti kerja secara massal dari berbagai kalangan pekerjaan dan dari berbagai cara pemberhentian, baik itu yang secara sukarela maupun pemberhentian dari perusahaan itu sendiri. Hal ini disebabkan oleh adanya kebijakan karantina wilayah (Lockdown) serta pembatasan kegiatan (Movement Control Order) yang mengakibatkan perusahaan memberhentikan karyawannya. Sedangkan salah satu penyebab dari adanya pengunduran diri secara sukarela adalah untuk mengejar karier baru mereka yaitu membangun bisnis mereka sendiri.

Berkaitan dengan fenomena The Great Resignation, lahirlah banyaknya pengusaha yang memenuhi pasar persaingan. Hal tersebut dapat dikaji dengan penjelasan dari gambar berikut ini :

Grafik 1 Pertumbuhan UMKM Indonesia



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2020

Hal ini tentu menyebabkan adanya peningkatan pada persaingan bisnis. Dalam dunia bisnis, Persaingan adalah suatu hal yang esensial dalam ekonomi pasar. Adanya Persaingan bisnis menjadi syarat mutlak atas berjalannya suatu perekonomian yang berorientasi pasar (market share). Menurut Wood (2009) dalam Ismail (2022), “Bagian dari perkembangan Persaingan usaha adalah lahirnya usaha-usaha baru dan yang serupa atau berkaitan, sehingga dapat memengaruhi perusahaan”.

Idealnya, setiap bisnis harus memiliki etika dalam berbisnis. Karena tidak bisa dipungkiri betapa manusia adalah tempatnya khilaf, demi kesuksesan materi

semata rela menghalalkan berbagai macam cara tanpa memperhatikan etika. Menurut penelitian Adam Smith dalam Rahmat (2020, hlm.32), pelaku bisnis tidak boleh hanya mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi juga berorientasi pada sikap menolong orang lain atau istilah dalam islam adalah ta'awun yang nantinya sikap ini digunakan sebagai implikasi sosial proses transaksi bisnis. Tegasnya, bisnis bukan hanya mencari keuntungan material semata, melainkan memiliki kesadaran untuk memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

Allah telah mengatur semua aspek kehidupan manusia mulai dari perekonomian, sosial, politik dan budaya. Dan Rasulullah SAW telah memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dalam berbisnis, Rasul tidak pernah melakukan hal untuk menghancurkan pesaing bisnisnya. Namun, bukan berarti rasulullah SAW berdagang seadanya tanpa memperhatikan pesaingnya . Yang beliau lakukan adalah dengan cara memberikan pelayanan yang sebaik mungkin dan dengan jujur memberitahukan detail teknis barang yang akan dijual, meskipun barang tersebut Memiliki kecacatan. (Ismail and Karebet, 2002,hlm.97) Dalam pandangan ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak bisa dipandang sebagai dua hal yang berbeda atau bertentangan. Sebab, bisnis merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Arti dari investasi akhirat adalah aktivitas yang diniatkan sebagai ibadah dan bukti dari totalitas kepatuhan kepada Tuhan. Maka aktivitas bisnis dengan sendirinya harus sejalan atau sesuai dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengertian darii bisnis itu sendiri adalah hal yang tidak dibatasi oleh urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan manusia di dunia yang diniatkan sebagai bentuk ibadah kepada Allah untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Stetemen ini sejalan dengan salah satu ayat Al-Qur'an (Koni, 2017,hlm.75).

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-nisa : 29)

Dapat kita ketahui bahwa ayat di atas Alah memerintahkan hamba-Nya untuk mengambil jalan perniagaan yang mana pelakunya atas dasar suka sama suka, bukan dengan jalan kebatilan atau kejahatan. Namun sebagian orang ada yang memahami bisnis adalah bisnis yang tujuannya mencapai keuntungan sebanyak-banyaknya. Mengandalkan bisnis yang pengeluaran modalnya sekecil mungkin, dan mengeruk keuntungan sebesar-besarnya. Dengan menghalalkan segala cara supaya bisnis yang dijalankan dapat meraih keuntungan yang besar, mulai dari memperoleh bahan baku, bahan baku yang digunakan, cara pengelolannya, tempat produksi, tenaga kerja dan penjualannya.

Dikutip dari CNN Indonesia, Wakil Ketua Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menyebutkan bahwa kondisi pencapaian nilai indeks persaingan usaha RI pada tahun 2021 masih terbelang jauh dari kata ideal. KPPU bekerjasama dengan Universitas Padjajaran dalam mengelola nilai indeks persaingan dengan hasil dari nilai indeks persaingan pada tahun 2021 memiliki kenaikan yaitu dari 4,65 menjadi 4,81 dari skala 7.

Dengan adanya peningkatan tersebut, menyebabkan pelaku bisnis berusaha

untuk menawarkan berbagai produk yang unik dan menarik, mulai dari harga, kualitas, dan pelayanan. Seperti yang ada di daerah Bojongsari Depok, tercatat adanya 4 brand produk yang memproduksi rujak cireng. Masing-masing dari brand tersebut Memiliki keunikan tersendiri, mulai dari varian rasa sampai harga produk itu sendiri.

Tabel 1 Brand sejenis di Bojongsari Depok

Nama Brand	Varian Rasa	Harga	Lokasi Perusahaan
Brexelle	Original Keju Udang Teri Oncom	Rp.11.000 - Rp.13.000	Jl. Pesona Pamulang, RT.003/RW.15, Pd. Petir, Kec. Bojongsari, Kota Depok
Karyabera	Original Keju	Rp.10.000 - Rp.12.000	Jl. Swadaya No.44, RW.09, Pd. Petir, Kec. Bojongsari, Kota Depok
Kharisma	Original Keju Ikan Tenggiri Daging Ayam Daging Sapi Udang	Rp.9.500 - Rp.10.500	Jl. Rapi, Pd. Petir, Kec. Bojongsari, Kota Depok
Shaza	Original Keju Ubi Ungu Vegetables	Rp.10.000 - Rp.12.000	Jl. H. Nadin, Serua, Kec. Bojongsari, Kota Depok,

Sumber: Masing-masing web

Munculnya produk yang sama di lokasi yang berdekatan menjadikan tantangan besar bagi para pelaku bisnis, pasalnya Persaingan bisnis dapat semakin dirasakan oleh para pelaku bisnis. Namun dalam menghadapi Persaingan tersebut, setiap perusahaan Memiliki tindakan yang berbeda-beda. Ada beberapa yang memperhatikan etika dalam bersaing, ada juga yang tidak memperdulikan etika ketika bersaing.

LANDASAN TEORI

Etika Bisnis

Bisnis adalah aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa sebagai tujuan mendapatkan keuntungan bagi diri sendiri. Menurut Afiah (2004) dalam Suryadi et al., (2021) mendefinisikan bisnis sebagai “Upaya yang tersusun dari individu atau kelompok orang untuk memproduksi dan menjual barang atau jasa yang memenuhi kebutuhan masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Menurut Muslich (1998), mendefinisikan etika bisnis sebagai pengetahuan

tentang tindakan yang ideal dalam pengaturan dan pengelolaan perusahaan yang memperhatikan norma dan moral yang berlaku ekonomi/sosial di mana mendefinisikan norma dan moral ini dapat mendukung tujuan dan kepentingan bisnis. (Widaryanti, 2013, hlm.3)

Adapun menurut R. Sims (2003), *Ethics is a philosophical term derived from the Greek word "ethos," meaning character or custom. This definition is germane to effective leadership in organizations in that it connotes an organization code conveying moral integrity and consistent values in service to the public.*

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam menurut Nawatmi (2010) dalam Mulyono (2021), terminologi dari etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi. Sebagaimana yang disebutkan dalam hadist nabi riwayat imam ahmad yang artinya: "*Sesungguhnya Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia*" (HR. Ahmad)

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika merupakan pandangan yang masih berkaitan, sebab bisnis yang merupakan symbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat yang diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Allah, maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi dengan urusan dunia saja, melainkan mencakup seluruh kegiatan manusia di dunia yang "dibisniskan" (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Stetemen ini secara tegas di sebutkan dalam Al-Qur'an surah As-shaff ayat 10 – 11 yang artinya: "*Wahai Orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan pada suatu perniagaan (bisnis) yang dapat menyelamatkan kamu dari adzab pedih? yaitu beriman kepada allah & Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan jiwa dan hartamu, itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.*" (QS. As-Shaff: 10 – 11)

Menurut Muhammad (2004) dalam Ismail et al., (2022) prinsip etika bisnis Islam ada lima, yaitu:

1. Kesatuan (tauhid)
2. Kesetimbangan (Keadilan)
3. Kehendak Bebas
4. Pertanggungjawaban
5. Kebajikan

Persaingan Bisnis

Bisnis tidak akan pernah lepas dari yang namanya persaingan. Persaingan merupakan asal kata dari bahasa Inggris yaitu competition, yang artinya persaingan atau kegiatan bersaing, kompetisi, dan pertandingan. Sedangkan dalam kamus manajemen persaingan adalah usaha-usaha dari kedua belah pihak perusahaan atau lebih yang masing-masing bergiat untuk "memperoleh pesanan" dengan menawarkan Harga atau syarat yang paling menguntungkan. Persaingan

dapat juga diartikan suatu organisasi atau perorangan berlomba untuk mencari tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Persaingan ini dapat berupa beberapa bentuk seperti pemotongan harga, iklan atau promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar. (Mudradkuncoro,2005, hlm.86)

Menurut Ismail (2022) Dalam kamus manajemen persaingan bisnis atau usaha terdiri dari 2 bentuk, yaitu:

1. Persaingan sehat (*healthy competition*), Persaingan antar pelaku bisnis atau antar perusahaan yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis. Dengan kata lain, persaingan ini tidak akan menimbulkan adanya perseteruan antar pelaku bisnis atau antar perusahaan.
2. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*), Yaitu persaingan yang tidak sehat dimana terjadi perseteruan dengan adanya perebutan pasar diantara beberapa pihak yang melakukan usaha dan mengarah pada praktek Menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan bisnis, sehingga salah satu tersingkir dari pasar salah satunya dan menyebabkan penjual tersebut menjual barang di bawah harga yang berlaku dipasar.

Faktor yang Mendorong Persaingan

Menurut Mubarak (2009), persaingan sangat penting untuk keberhasilan atau kegagalan bisnis atau perusahaan apapun. Menurutnya, ada lima faktor daya saing bisnis yang dapat menentukan daya bersaing (Ismail and Nur, 2022,hlm.5) yaitu:

1. Kekuatan Tawar Pembeli
2. Kekuatan Pemasok atau Supplier
3. Ancaman Produk Pengganti
4. Acaman Pendetang Baru
5. Persaingan Diantara Pesaing Yang Ada

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bentuk penelitian lapangan atau field reseach, yaitu pemeriksaan terhadap suatu peristiwa nyata. Karena permasalahan tersebut, maka penelitian ini tergolong penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, merekam menganalisis dan menginterpretasikan objek penelitian melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi. (Ismail, 2022, hlm.5)

Menurut Khozin (2013) dalam Ismail (2022), data primer merupakan data yang dihasilkan langsung dari responden dan informasi yang didapat melalui observasi, wawancara langsung di lapangan dan dokumentasi. Responden merupakan orang yang dapat dikatakan sebagai sampel dalam penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan peneliti. (hlm.5) Data primer dalam penelitian ini yakni, Bu Neneng selaku direktur utama dari PT. Brexelle Berkah Uniti.

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan (observasi), wawancara dan dokumentasi. Teknik tersebut dilakukan karena kesesuaian dengan sumber data yang didapat. Maka dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Pengamatan (Observasi)

Menurut Soemitro dalam bukunya yang berjudul “Metodelogi Penelitian Hukum”. Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja,

terencana dan sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.

Dalam observasi diperlukan adanya pencatatan, baik melalui media alat tulis maupun alat elektronik. Dan sangat penting untuk memusatkan perhatian pada data yang relevan. (Usman & Akbar, 2008)

2. Wawancara

Penulis menggunakan teknik wawancara, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi tentang pembahasan secara lisan antara narasumber dengan penulis selaku pewawancara secara tatap muka (*face to face*) dan secara *online*.

3. Dokumentasi

Metode ini merupakan cara pengumpulan informasi yang akan menghasilkan catatan-catatan penting yang berkaitan dengan masalah yang sedang diselidiki. Metode ini juga, mengumpulkan informasi yang sudah tersedia dalam rekaman dokumenter untuk mendukung dan melengkapi informasi dasar yang diperoleh melalui observasi mendalam dan wawancara.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Persaingan Bisnis dalam Islam pada PT. Brexelle Berkah Uniti

Dalam menghadapi Persaingan bisnis, tidak semua pelaku bisnis dapat menyikapinya dengan sehat. Pasalnya, masih ada beberapa kasus pelaku bisnis yang masih menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin tanpa melihat apakah perbuatan tersebut merugikan orang lain atau tidak.

Maka jika dipandang dari segi Persaingan bisnis Islam, perlu memerhatikan tiga unsur yaitu pihak yang bersaing, segi cara bersaing dan objek yang dipersaingkan. Berikut ini penjelasan yang peneliti dapatkan dari Bu Neneng selaku direktur utama PT. Brexelle Berkah Uniti.

1. Pihak Yang Bersaing

Dalam perihal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu motivasi yang terbaik untuk usaha bisnisnya.

PT. Brexelle Berkah Uniti merupakan salah satu perusahaan cireng yang berdiri di daerah Bojongsari, tiga yang lainnya adalah sebagai berikut :

Tabel 2 Pesaing Bisnis di daerah Bojongsari, Depok

Nama Brand	Varian Rasa	Lokasi Perusahaan
Karyabera	Original dan Keju	Jl. Swadaya No.44, RW.09, Pd. Petir, Kec. Bojongsari, Kota Depok
Kharisma	Original, Keju, Ikan Tenggiri, Daging Ayam, Daging Sapi dan Udang	Jl. Rapi, Pd. Petir, Kec. Bojongsari, Kota Depok
Shaza	Original, Keju, Ubi Ungu, Vegetables	Jl. H. Nadin, Serua, Kec. Bojongsari, Kota Depok,

Sumber : Masing-masing web

2. Segi Cara Bersaing

Bisnis adalah bagian dari muamalah, oleh karena itu bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Dapat kita lihat, bahwasanya banyak persaingan bebas yang menghalalkan segala cara. Hal ini merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip Muamalah.

Berbeda dengan PT. Brexelle Berkah Uniti yang Memiliki etika dalam menghadapi Persaingan bisnis. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bu Neneng selaku Direktur Utama PT. Brexelle Berkah Uniti :

“ Adanya kompetitor justru menjadikan kami sebagai motivasi untuk lebih baik lagi, untuk lebih menjaga kualitas lagi dan sebagai tolak ukur produk kami. “

Dengan menjadikan pesaing adalah motivasi bisnis, maka dalam perusahaan PT. Brexelle Berkah Uniti tidak pernah melakukan hal-hal yang menjatuhkan pesaing, bahkan ketika ada konsumen yang kehabisan cireng, PT. Brexelle Berkah Uniti mengarahkan ke kompetitornya.

“ Pernah ketika ada pelanggan yang kehabisan cireng gitu yah, kami mengarahkan kalo di sebelah sana juga ada cireng. Ya meskipun sebetulnya itu memang sesuai dengan selera masing-masing ya tapi kami tetap mengarahkan juga kalo disini ga Cuma kami aja yang menjual produk cireng”

3. Objek yang Dipersaingkan

a) Produk

PT. Brexelle Berkah Uniti Memiliki 2 jenis produk yaitu rujak cireng dan pisang lumer. Masing – masing dari produk tersebut Memiliki varian rasa yang berbeda. Dalam islam kehalalan produk merupakan salah satu ketentuan yang sangat diharuskan. Maka PT. Brexelle Berkah Uniti memilki surat legalitas halalnya produk tersebut

b) Harga

PT. Brexelle Berkah Uniti memasang Harga sesuai dengan biaya modal yang dikeluarkan, sehingga PT. Brexelle Berkah Uniti tidak pernah menjatuhkan Harga pesaingnya

Tabel 3 Daftar Harga Pesaing

Nama Brand	Harga
Brexelle	Rp.11.000 - Rp.13.000
Karyabera	Rp.10.000 - Rp.12.000
Kharisma	Rp.9.500 - Rp.10.500
Shaza	Rp.10.000 - Rp.12.000

Sumber : Masing-masing web

c) Tempat

Tempat yang digunakan PT. Brexelle Berkah Uniti sangat bersih, nyaman dan terhindar dari benda-benda keramat yang dilarang oleh Islam. Seperti yang dijelaskan oleh Bu Neneng selaku Direktur Utama PT. Brexelle Berkah Uniti.

“Alhamdulillah kami tidak pernah menggunakan benda-benda semacam keramat yah, supaya kerjaan jadi berkah ya kami menghindari hal-hal yang dilarang”

d) Pelayanan

PT. Brexelle Berkah Uniti mampu memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen sehingga konsumen dapat menemukan kenyamanan ketika bertransaksi.

Pengimplementasian Etika Bisnis Islam

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan suatu hal yang pasti akan kita temukan. Namun bagi pelaku bisnis, persaingan dapat mendatangkan hal yang positif dan juga negatif. Hal positif dapat digambarkan ketika adanya pesaing, menimbulkan pasar menjadi besar sehingga berkumpulnya pesaing dapat menjadi pusat bisnis bahkan menjadi rujukan bagi konsumen. Sedangkan Persaingan yang mendatangkan hal negatif adalah ketika pesaing yang menurunkan Harga pasar supaya dapat menarik para konsumen.

Berikut ini penjelasan analisis implementasi etika bisnis Islam dalam Persaingan bisnis pada PT. Brexelle Berkah Uniti ditinjau dari lima prinsip etika ekonomi Islam.

1. Tauhid (Kesatuan)

Pilar yang paling utama yaitu tauhid, dimana segala aspek kehidupan manusia baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan sebagainya menjadi satu kesatuan bagi umat muslim. Menurut Ismail (2022) Dalam konteks prinsip tauhid, menunjukkan bahwa setiap manusia yang diciptakan Memiliki kedudukan yang sama. (hlm.6)

Hal tersebut sejalan dengan firman Allah Swt dalam Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 105 yang artinya: *“Dan katakanlah, bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”* (QS. At-Taubah:105)

Firman Allah diatas mengartikan bahwasanya manusia diperintahkan untuk bekerja dan Allah melihat apa yang kita kerjakan. Merujuk pada pilar ini, perusahaan PT. Brexelle Berkah Uniti tidak pernah memandang pesaing adalah musuh, melainkan sebagai motivasi bisnis agar terus bertumbuh dan berkembang.

PT. Brexelle Berkah Uniti mengartikan pilar tauhid sebagai suatu keyakinan bahwasanya segala rezeki itu telah Allah atur dengan baik, sehingga tidak mengandung adanya diskriminatif dalam berbisnis. PT. Brexelle Berkah Uniti memahami bahwasanya hanya Allah lah yang dapat menghendaki segalanya, maka diadakan pengajian doa

bersama guna membangun bisnis yang penuh dengan keberkahan.

2. Keseimbangan (Adil)

Pada pilar kedua menggambarkan tentang dimensi horizontal dalam ekonomi islam, yaitu keseimbangan atau adil. Misalnya keseimbangan dalam bertransaksi yang setara dan seimbang, tidak berbeda – beda.

Mengenai pilar keseimbangan, PT. Brexelle Berkah Uniti tidak pernah menjatuhkan Harga pasar atau mengambil keuntungan sebanyak - banyaknya. Harga produk perusahaan ini menyesuaikan dengan biaya produksi.

Berdasarkan prinsip yang diterapkan oleh direktur utama PT. Brexelle Berkah Uniti, bahwa kualitas produk adalah yang utama. Sehingga ketika Harga bahan baku mulai naik, perusahaan tersebut tetap bertahan dengan menaikkan Harga produk juga.

Tabel 4 Harga Produk Rujak Cireng Di Pondok Petir

Nama Brand	Harga
Brexelle	Rp.11.000 - Rp.13.000
Karyabera	Rp.10.000 - Rp.12.000
Kharisma	Rp.9.500 - Rp.10.500
Shaza	Rp.10.000 - Rp.12.000

Sumber : Masing-masing web

Dengan memasang harga lebih tinggi bukan karena ingin mengambil keuntungan sebnyak-banyaknya, melainkan untuk mempertahankan kualitas produk dengan bahan baku yang harganya terus meningkat. Adapun dalam takaran pengukuran bentuk cireng dilakukan dengan menggunakan talenan ukur, sehingga semua cireng memiliki ukuran yang sama. Pengukuran yang telah disepakati bersama merupakan bentuk dari adanya prinsip keseimbangan atau adil dalam pembagian ukuran cireng.

3. Kebebasan Berkehendak

Kebebasan disini maksudnya adalah keleluasaan sebagai makhluk-Nya atau sebagai khalifah (pemimpin) dimuka bumi. Keleluasaan aktivitas yang tetap akan diminta pertanggungjawaban oleh-Nya. Maka ketika menghadapi Persaingan harus tetap memperhatikan hal-hal yang dilarang oleh Allah. Seperti halnya dalam membuat kesepakatan dan janji sesuai kehendaknya. (Ismail,2022, hlm.9)

Direktur utama PT. Brexelle Berkah Uniti atau Bu Neneng, beliau menjelaskan tentang pemenuhan janji – janji terhadap karyawan dan pelanggan, dilakukan dengan sesuai kesepakatan bersama. Pemenuhan janji yang dilakukan pihak PT. Brexelle Berkah Uniti dengan reseller merupakan tindakan dari perusahaan dalam menjaga kepercayaan reseller. Selain itu, kebebasan dalam berbisnis tidak

menjadikan PT. Brexelle Berkah Uniti bertindak sebebasnya atau melakukan tindakan tidak etis.

4. Tanggung Jawab

Ketika semua kegiatan bisnis dilakukan dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya telah selesai urusannya. Dalam dunia bisnis, tanggung jawab sangatlah berlaku. Semua kegiatan perlu dipertanggungjawabkan atas apa yang telah dilakukan oleh para pebisnis, baik pertanggung jawaban ketika memproduksi barang, melakukan transaksi jual beli dan melakukan perjanjian. (Wati, et al., 2022, hlm.144)

Pertanggung jawaban pada PT. Brexelle Berkah Uniti dilihat dari segi tanggung jawab kepada karyawan, supplier dan pembeli. Pemberian upah kepada karyawan dengan sesuai kesepakatan mereka diawal merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap karyawannya. Selain itu karyawan juga diberikan upah tambahan bila melakukan kegiatan di luar tanggung jawabnya. Misalnya mengepak cireng atau mengangkut cireng ke supplier.

Kemudian tanggung jawab kepada supplier bisa digambarkan dengan proses pembayaran barang yang dilakukan dengan cara cash before delivery merupakan bukti tanggung jawab perusahaan terhadap perusahaan pusat atau *supplier*.

Lalu bentuk tanggung jawab perusahaan kepada pembeli adalah dengan mengoptimalkan pelayanan konsumen. Seperti menerima adanya komplain dari konsumen. Bentuk tanggung jawab lainnya adalah dengan adanya mesin pelacak benda asing pada makanan (*metal detector for food*), hal itu supaya konsumen mendapatkan produk yang aman dan itu menjadi kewajiban bagi perusahaan.

5. Kebajikan (Ihsan)

Pada prinsip kebajikan atau ihsan adalah prinsip ekonomi yang berorientasi dengan sikap ta'awun atau tolong menolong. Hal ini menjadikan sebagai implikasi sosial dalam kegiatan bisnis. Tegasnya, bisnis dalam Islam tidak hanya mencari keuntungan material semata melainkan didasari dengan memberi kemudahan bagi orang lain. (Ismail,2022, hlm.11)

Membuka usaha untuk memberikan kesempatan lapangan kerja bagi mereka merupakan bentuk dari tolong menolong dengan menebat kebermanfaatn di lingkungan sekitar. Adapun motif dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ini adalah merespon konsumen dengan santun dan ramah. Hal itu menggambarkan bentuk dari adanya prinsip kebajikan atau ihsan.

Berikut ini tabel yang disajikan untuk menunjukkan Etika Bisnis secara teoritis dan pengimplementasiannya:

Tabel 5 Implementasi Etika Bisnis Syariah pada PT Brexelle Berkah Uniti

No.	Prinsip -Prinsip Etika Bisnis Syariah	Implementasi Etika Bisnis Syariah
1	<p>Kesatuan (Tauhid)</p> <p>1. Tidak melakukan diskriminasi</p> <p>2. Tidak melakukan perbuatan tidak etis</p>	<p>1.1 PT. Brexelle Berkah Uniti meyakini bahwa segala rezeki telah Allah atur dengan baik, sehingga tidak terdapat adanya sikap diskriminasi.</p> <p>1.2 Membangun tali silaturahmi dengan semua karyawan tanpa terkecuali. Artinya tidak ada perbedaan diantara semua karyawan</p> <p>2.1 Dengan meyakini bahwa Allah yang mengatur rezeki, PT. Brexelle Berkah Uniti tidak pernah memandang pesaing sebagai musuh.</p> <p>2.2 PT. Brexelle Berkah Uniti melibatkan Allah dalam proses perkembangan perusahaan. Yaitu dengan mengadakan pengajian.</p>
2	<p>Keseimbangan (adil)</p> <p>1. Harga</p> <p>2. Takaran</p>	<p>1.1. Harga jual produk PT.Brexelle Berkah Uniti mengikuti harga bahan baku produksi. Bukan semata-mata mengambil keuntungan yang lebih.</p> <p>2.1 Takaran yang sesuai dengan kesepakatan dalam pembentukan ukuran cireng</p>

3	<p>Kebebasan Berkehendak Pemenuhan Janji</p>	<p>Perusahaan PT.Brexelle Berkah Uniti melakukan pemenuhan perjanjian dengan cara adanya kesepakatan bersama.</p>
4	<p>Tanggung Jawab 1. Tanggung Jawab Kepada Karyawan 2. Tanggung Jawab Kepada Supplier 3. Tanggung Jawab Kepada Pembeli</p>	<p>1.1 Pemenuhan gaji karyawan yang sesuai dengan kesepakatan diawal 2.1 Melakukan pembayaran secara <i>cash before delivery</i> 3.1 Menjaga produk tetap aman dengan cara pelacakan benda asing dalam kemasan produk</p>
5	<p>Kebajikan (Ihsan) Bersikap Ta'awun (Tolong Menolong)</p>	<p>Memberdayakan Sumber Daya Manusia (SDM) sekitar lingkungan dan memberikan pelayan yang ramah dan santun merupakan salah satu bentuk prinsip kebajikan.</p>

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disampaikan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi tentang "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus PT. Brexelle Berkah Uniti)" Maka peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam menghadapi Persaingan, PT. Brexelle Berkah Uniti dapat menghadapinya secara sehat. Tampak dari menerapkan prinsip menjaga kualitas produk merupakan salah satu cara bersaing yang terbaik. Kemudian menjadikan pesaing sebagai motivasi dalam berbisnis membuktikan bahwa pesaing bukanlah musuh bagi PT. Brexelle Berkah Uniti.
2. Pengimplementasian etika bisnis Islam dalam menghadapi Persaingan pada PT. Brexelle Berkah Uniti terdapat lima prinsip yaitu, Kesatuan (tauhid), keseimbangan (adil), kebebasan berkehendak, tanggung jawab dan kebajikan (ihsan). Pada prinsip pertama yaitu Kesatuan (Tauhid) PT. Brexelle Berkah Uniti meyakini bahwa segala rezeki telah diatur dengan baik oleh Allah, sehingga hal tersebut tidak mengandung adanya diskriminasi. Prinsip kedua, keseimbangan (adil) PT. Brexelle Berkah Uniti memasang harga produk sesuai dengan biaya produksi, tidak menjatuhkan harga pasar

dan seimbang dalam takaran pembentukan ukuran cireng, karena dilakukan dengan menggunakan alat ukur. Ketiga prinsip kebebasan berkehendak, Kebebasan perusahaan dalam berkehendak tidak menimbulkan adanya perilaku semena-mena, PT. Brexelle Berkah Uniti dapat melakukan pemenuhan perjanjian yang sesuai dengan kesepakatan bersama. Keempat prinsip tanggung jawab, PT. Brexelle Berkah Uniti dalam pemenuhan gaji karyawannya dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan, melakukan pembayaran dengan supplier secara cash dan menjaga produk tetap aman dengan cara pelacakan benda asing dalam produk. Kelima yaitu prinsip kebajikan (ihsan), PT. Brexelle Berkah Uniti dapat memberdayakan lingkungan sekitar dengan memberikan kesempatan lapangan kerja dan dapat melayani konsumen dengan ramah dan santun.

DAFTAR PUSTAKA

- Badroen, Faisal, et al., (2012) *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Hafidhudin, D. Tanjung, H. (2003) *Manajemen Syariah dalam Praktek*. Jakarta : Gema Insani Press
- Hofifah,S. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam, Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah.
- Ismail, I.H. and Nur, M. (2022) 'Implementasi Etika Bisnis Islam sebagai Strategi Bersaing di PT Mahesa Energi Persada Jakarta', *Alif*, 01(01), pp. 1–16.
- Ismail, Y. and Karebet,M (2002) *Menggagas bisnis Islam*. Jakarta, Gema Insani.
- Koni, W. (2017) 'Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam', pp. 75–89.
- Latif, A. (2017) 'Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam', *Islamic Economics Journal*, 3(2), p. 161.
- Marlina,W. Hanum. (2021). *Business Feasibility Study at SMEs Fried Corn Sukma, Payakumbuh*. Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)
- Nawatmi,S. (2010) 'Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam', 9(1), pp. 50–58.
- Nurfitriani. (2020) 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Di Pasar Inpres Palu', *Al-Intaj Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.
- Purusottama,A, Budhardjo,A, et al. (2022) *Fenomena Bisnis Ekonomi Terkini*. Prasetya Mulya Publishing.
- Qardhawi, Yusuf. (2001). *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*. Jakarta : Rabbani Press.
- Rijali, A. (2019) 'Analisis Data Kualitatif', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), p. 81.
- Sarosa, samiaji. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT. Kanisius

- Satyanugraha, Heru. (2003). Etika Bisnis Prinsip dan Aplikasi. Jakarta : LPFE. Cet. Ke1
- Simorangkir, (2003) ETIKA: Bisnis, Jabatan dan Perbankan, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003)
- Sudarmanto, Et al,. (2020) Etika Bisnis. Yayasan kita.
- Suryadi, Nanang, et al.,(2021). Etika Bisnis. Universitas Brawijaya Press
- Syafri, Sofyan. (2008) Auditing Dalam Perspektif Islam. Jakarta : Pustaka Quantum
- Syahrizal,A. (2018) ' ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM'. Jurnal Aktualita. 1, 101-116
- Wati, D.,Arif, S. & Abristadei. (2022) ' Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop', Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam,
- Yunia, Noorma. (2018). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil. Jurnal Aksioma Al-Musaqoh