

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat telah mendorong terjadinya persaingan yang semakin ketat di berbagai sektor ekonomi, termasuk pada usaha fotokopi dan percetakan. Persaingan usaha merupakan suatu kondisi yang tidak dapat dihindari oleh para pelaku bisnis karena setiap usaha berupaya untuk mempertahankan eksistensi, memperoleh pelanggan, serta meningkatkan keuntungan. Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi digital saat ini, pelaku usaha dituntut untuk memiliki kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang berlangsung sangat cepat. Kemajuan teknologi informasi dan digitalisasi telah mengubah pola kebutuhan masyarakat dalam mengakses, menyimpan, dan mendistribusikan dokumen. Perubahan tersebut secara tidak langsung memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan usaha fotokopi yang selama ini bergantung pada kebutuhan masyarakat terhadap dokumen fisik.

Usaha fotokopi merupakan salah satu jenis usaha jasa yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya dalam bidang administrasi, pendidikan, dan perkantoran. Keberadaan usaha fotokopi masih dibutuhkan untuk melayani berbagai kebutuhan seperti fotokopi dokumen, pencetakan berkas, penjilidan, laminating, desain grafis, hingga berbagai layanan percetakan lainnya. Meskipun perkembangan

teknologi digital semakin pesat, kebutuhan masyarakat terhadap jasa fotokopi dan percetakan masih tetap ada, terutama di lingkungan sekolah, perguruan tinggi, instansi pemerintahan, serta masyarakat umum yang membutuhkan dokumen dalam bentuk fisik.

Namun demikian, perkembangan teknologi digital telah menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha fotokopi. Masyarakat saat ini mulai terbiasa menggunakan dokumen digital sehingga frekuensi penggunaan jasa fotokopi mengalami perubahan dibandingkan dengan beberapa tahun sebelumnya. Selain itu, munculnya berbagai usaha sejenis juga menyebabkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi. Persaingan tersebut tidak hanya terjadi pada aspek harga, tetapi juga kualitas pelayanan, kualitas hasil cetakan, kelengkapan layanan, kecepatan pengerjaan, serta kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Di tengah kondisi tersebut, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk memiliki strategi bisnis yang tepat, tetapi juga harus mampu menerapkan nilai-nilai etika dalam menjalankan usahanya. Etika menjadi salah satu aspek penting yang dapat menentukan keberhasilan suatu usaha dalam jangka panjang. Pelanggan tidak hanya mempertimbangkan harga dan kualitas produk, tetapi juga memperhatikan bagaimana sikap dan perilaku pelaku usaha dalam memberikan pelayanan. Oleh karena itu, penerapan etika dalam kegiatan bisnis menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan.

Dalam perspektif Islam, kegiatan bisnis bukan sekadar aktivitas ekonomi yang bertujuan memperoleh keuntungan, melainkan juga bagian

dari ibadah yang harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan syariat. Islam mengajarkan bahwa setiap aktivitas bisnis harus didasarkan pada nilai-nilai moral dan etika yang baik. Konsep Etika Bisnis Islam menekankan pentingnya penerapan prinsip kejujuran (*shiddiq*), amanah, keadilan, tanggung jawab, penyediaan produk yang halal dan berkualitas, serta pelayanan yang baik kepada pelanggan. Prinsip-prinsip tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga dapat menjadi strategi dalam membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha.

Penerapan etika bisnis Islam menjadi semakin penting ketika pelaku usaha dihadapkan pada berbagai tantangan internal dan eksternal. Tantangan internal yang sering dihadapi oleh usaha fotokopi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, kerusakan mesin, serta meningkatnya biaya operasional seperti kertas, tinta, dan listrik. Sementara itu, tantangan eksternal meliputi persaingan usaha yang semakin ketat, perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, dan meningkatnya tuntutan pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Di sisi lain, berbagai tantangan tersebut juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk melakukan inovasi dan pengembangan usaha agar tetap mampu bertahan dan berkembang.

Kecamatan Ponorogo merupakan salah satu wilayah yang memiliki cukup banyak usaha fotokopi dan percetakan yang tersebar di berbagai lokasi strategis. Keberadaan usaha-usaha tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap layanan fotokopi masih cukup tinggi. Namun, banyaknya jumlah usaha sejenis juga menyebabkan persaingan

usaha menjadi semakin kompetitif. Kondisi ini menarik untuk diteliti karena setiap pelaku usaha memiliki cara yang berbeda dalam menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang yang ada. Selain itu, penelitian ini juga penting untuk mengetahui sejauh mana nilai-nilai etika bisnis Islam diterapkan oleh para pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya.

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai kondisi nyata usaha fotokopi yang saat ini menghadapi perubahan lingkungan bisnis akibat perkembangan teknologi dan meningkatnya persaingan usaha. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelaku usaha mampu menghadapi berbagai tantangan yang muncul tanpa mengabaikan nilai-nilai etika bisnis Islam. Selain itu, penelitian ini juga penting karena dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga berorientasi pada keberlanjutan usaha dan keberkahan bisnis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pelaku usaha fotokopi dalam meningkatkan kualitas usaha, mempertahankan loyalitas pelanggan, serta mengembangkan usaha melalui pemanfaatan peluang yang ada. Di samping itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian etika bisnis Islam, khususnya pada sektor usaha jasa fotokopi yang masih jarang diteliti.

Berdasarkan kajian terhadap berbagai penelitian terdahulu, ditemukan bahwa sebagian besar penelitian mengenai etika bisnis Islam lebih banyak difokuskan pada sektor perdagangan, usaha kuliner, UMKM, koperasi, dan

lembaga keuangan syariah. Penelitian-penelitian tersebut umumnya membahas penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, atau keberhasilan usaha.

Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji **Tantangan dan Peluang Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Fotokopi Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam** masih sangat terbatas. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu hanya membahas etika bisnis Islam atau persaingan usaha secara terpisah. Belum banyak penelitian yang mengintegrasikan pembahasan mengenai tantangan internal, tantangan eksternal, peluang usaha, dan penerapan etika bisnis Islam dalam satu kajian yang komprehensif.

Kesenjangan penelitian lainnya terletak pada objek penelitian. Hingga saat ini masih sedikit penelitian yang menjadikan usaha fotokopi sebagai objek kajian utama, khususnya di Kecamatan Ponorogo. Padahal usaha fotokopi memiliki karakteristik, tantangan, dan peluang yang berbeda dibandingkan sektor usaha lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan penelitian tersebut dengan mengkaji tantangan dan peluang menghadapi persaingan usaha fotokopi di Kecamatan Ponorogo dalam perspektif etika bisnis Islam.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini layak dilakukan karena memiliki nilai akademis dan praktis yang tinggi, serta mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi

sumber informasi bagi pelaku usaha, akademisi, dan masyarakat dalam memahami pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang usaha di era persaingan yang semakin kompetitif.

Wirausaha merupakan salah satu pilar penting dan pembangunan ekonomi masyarakat. Sebagai seorang wirausaha muslim harus memahami dalam ajaran agama islam dianjurkan agar para umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan di segala hal, termasuk diantaranya berbisnis. Meski sedang mengalami kondisi persaingan, seorang wirausaha muslim harus berusaha menghadapinya tanpa merugikan orang lain.

Hal ini juga dijelaskan dalam surat Al-Baqarah : 275 yaitu:

...ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَخَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...
 Artinya : ...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...(QS. Al-Baqarah: 275)

Ayat diatas menerangkan bahwa menjelaskan bahwasanya Allah SWT telah menghalalkan transaksi jual-beli dan mengharamkan riba. Artinya, seorang muslim dalam berusaha tidak hanya mengejar laba, tetapi juga menjaga nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan keberkahan dalam setiap transaksi.

Memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika. Pengimplementasian etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh

keuntungan meteril dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah.

Wirausaha muslim memiliki potensi besar untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan umat, serta memperkuat ekonomi syariah. Melalui usaha yang dijalankan dengan niat yang benar strategi yang tepat dan etika islam yang kuat, maka seorang wirausahawan muslim tidak hanya menjadi pelaku ekonomi, tetapi juga agen perubahan sosial dan dakwah di tengah masyarakat.

Sebagaimana firman Allah SWT. yang berbunyi:

مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعَالَا جِلَّةَ عَجَّلْنَا لَهُ ۖ فِيهَا مَا نَشَاءُ لِمَنْ نُرِيدُ ثُمَّ جَعَلْنَا لَهُ ۖ جَهَنَّمَ ۖ يَصْلُهَا مَذْمُومًا مَّدْحُورًا وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ وَسَعَىٰ لَهَا سَعْيَهَا وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَٰئِكَ كَانَ سَعْيُهُمْ مَشْكُورًا

Artinya: *Barangsiapa menghendaki kehidupan sekarang (duniawi), Maka Kami segerakan baginya di dunia itu apa yang Kami kehendaki bagi orang yang Kami kehendaki dan Kami tentukan baginya neraka Jahannam; ia akan memasukinya dalam Keadaan tercela dan terusir. Dan barangsiapa yang menghendaki kehidupan akhirat dan berusaha ke arah itu dengan sungguh-sungguh sedang ia adalah mukmin, Maka mereka itu adalah orang-orang yang usahanya dibalasi dengan baik.*

Ayat di atas menjelaskan bahwa para pelaku bisnis harus memiliki visi bisnis masa depan yang bukan semata-mata mencari keuntungan duniawi, melainkan mencari keuntungan secara hakiki yang akhiratnya akan membawa mereka memperoleh apa yang ada di sisi Allah.

Dunia usaha semakin mendesak para pengusaha untuk lebih profesional dan cerdas memahami persaingan pasar industri dan jasa

(Herdian, Nana 2013). Rasulullah sendiri sudah memberikan contoh bagaimana melakukan bisnis yang sesuai dengan koridor agama, berkata jujur, ramah, amanat dan tidak mengurangi takaran untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat dari praktik persaingan yang tidak sehat.

Tetapi kenyataan yang ada sekarang telah terjadi pergeseran etika dalam berbisnis, misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan yang tidak wajar, mengurangi timbangan atau takaran, gharar, penipuan, penimbunan, skandal, korupsi, kolusi, dan ijon. Hal tersebut menandakan merosotnya kejujuran, etika, rasa solidaritas serta tanggung jawab, sehingga terjadilah persaingan yang tidak sehat diantara pelaku bisnis.

Tujuan bisnis yakni memperoleh keuntungan tetapi harus berdasarkan norma-norma hukum yang berlaku. Bila hukum yang tertuang secara eksplisit dalam berbagai peraturan dinyatakan tidak boleh, maka para pelaku bisnis tidak boleh pula melakukannya (Suyadi Prawirosentono, 2002). Karena itu dalam dunia bisnis islam, ada norma-norma yang membatasi bisnis agar tetap berada di jalur yang diperbolehkan oleh agama, yaitu etika bisnis islam.

Menurut Rafiq Issa Beekum prinsip persaingan harus memahami beberapa unsur etika dalam islam yaitu prinsip ketuhanan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggungjawab dan prinsip kebajikan. Beberapa hal tersebut perlu diperhatikan dalam berbisnis dan

begitu juga dengan persaingan yang terjadi didalamnya supaya tidak keluar dari etika bisnis islam dan terjadi keseimbangan yang baik.

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam tersebut hendaknya dapat menjadi landasan bagi para wirausaha dalam menjalankan aktivitas muamalah khususnya para pelaku usaha kecil yang berada dilingkungan Kecamatan Ponorogo salah satunya yaitu usaha foto copy. Usaha foto copy telah banyak berdiri dilingkungan kecamatan Ponorogo dan letak lokasi satu dengan lainnya juga tidak terlalu jauh bahkan beberapa hanya beberapa meter saja.

Berdasarkan jumlah usaha foto copy yang ada bisa dilihat bahwa persaingan usaha sudah pasti saling berlomba untuk menarik minat konsumen. Sebagai pengusaha sangat penting mengetahui peluang usaha agar terus berkembang dan tetap berjalan ditengah persaingan. Perubahan perilaku masyarakat yang kini lebih memilih dokumen digital, penggunaan tanda tangan elektronik, dan sistem administrasi tanpa kertas (*paperless*) secara tidak langsung mengurangi kebutuhan akan jasa fotocopy tradisional. Selain itu, meningkatnya persaingan antar pelaku usaha fotocopy juga menuntut pelaku usaha untuk lebih *inovatif* dan *adaptif* terhadap perkembangan zaman.

Meski demikian, usaha fotocopy masih memiliki peluang yang cukup besar. Adanya kebutuhan akan cetak dokumen legal, seperti ijazah, KTP, akta, dan dokumen hukum lainnya, yang masih memerlukan bentuk fisik, menjadi peluang yang tetap dapat dimanfaatkan. Usaha ini juga dapat

berkembang dengan menyediakan layanan tambahan seperti print warna, jilid, cetak undangan, hingga cetak banner atau stiker, yang masih banyak dibutuhkan oleh masyarakat.

Etika bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan usaha fotokopi, terutama ketika persaingan di sekitar sangat ketat. Dengan menerapkan etika bisnis, pemilik usaha dapat membangun kepercayaan pelanggan melalui pelayanan yang jujur, ramah, dan profesional. Misalnya, memberikan hasil fotokopi yang rapi, menggunakan kertas dan tinta sesuai kualitas yang dijanjikan, serta menetapkan harga secara adil tanpa ada unsur penipuan. Kejujuran dan tanggung jawab ini akan membuat pelanggan merasa puas dan cenderung kembali menggunakan jasa tersebut. Selain itu, etika bisnis juga menjaga persaingan tetap sehat antar pelaku usaha fotokopi.

Dengan menjauhi praktik tidak etis seperti menjelek-jelekkan pesaing, meniru ide usaha, atau menurunkan harga secara curang, lingkungan usaha akan menjadi lebih kondusif dan saling mendukung. Usaha yang beretika juga akan memiliki citra positif di mata masyarakat, sehingga lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari pelanggan, sekolah, kampus, maupun instansi lain. Tidak hanya itu, penerapan etika juga membantu menciptakan hubungan yang baik dengan karyawan dan pemasok, karena keadilan dan tanggung jawab dalam bekerja akan menumbuhkan rasa loyalitas. Dengan demikian, etika bisnis menjadi

pondasi utama bagi keberlanjutan usaha fotokopi agar tetap berkembang, dipercaya.

Peneliti memilih menggunakan perspektif Etika Bisnis Islam karena etika bisnis Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan sesama dalam aktivitas ekonomi, tetapi juga mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT sebagai bentuk pertanggungjawaban moral dan spiritual dalam menjalankan usaha. Dalam Islam, kegiatan bisnis bukan hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan semata, melainkan juga untuk menciptakan kemaslahatan, keadilan, dan keberkahan bagi seluruh pihak yang terlibat dalam aktivitas usaha.

Pemilihan etika bisnis Islam dalam penelitian ini didasarkan pada kondisi persaingan usaha fotokopi yang semakin ketat di Kecamatan Ponorogo. Persaingan tersebut menuntut para pelaku usaha untuk memiliki strategi yang tepat dalam mempertahankan usahanya. Namun, dalam praktiknya tidak semua bentuk persaingan dilakukan dengan cara yang sehat. Persaingan yang berlebihan dapat mendorong pelaku usaha untuk mengabaikan nilai-nilai etika, seperti memberikan informasi yang tidak sesuai kepada pelanggan, melakukan persaingan harga yang tidak sehat, atau mengurangi kualitas pelayanan demi memperoleh keuntungan yang lebih besar. Oleh karena itu, diperlukan suatu landasan nilai yang mampu mengarahkan pelaku usaha agar tetap menjalankan kegiatan bisnis secara benar dan bertanggung jawab.

Etika bisnis Islam dipilih karena memiliki prinsip-prinsip yang relevan dengan kondisi persaingan usaha fotokopi, yaitu kejujuran (*shiddiq*), amanah, keadilan, tanggung jawab, penyediaan produk yang halal dan berkualitas, serta pelayanan yang baik kepada pelanggan. Prinsip-prinsip tersebut dapat menjadi pedoman bagi pelaku usaha dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis tanpa mengabaikan nilai-nilai moral dan etika. Melalui penerapan prinsip kejujuran, pelaku usaha dapat membangun kepercayaan pelanggan. Melalui prinsip amanah dan tanggung jawab, pelaku usaha dapat menjaga kualitas layanan dan memenuhi hak-hak pelanggan. Sementara itu, prinsip keadilan dapat mendorong terciptanya persaingan usaha yang sehat dan tidak merugikan pihak lain. Oleh karena itu, peneliti memandang bahwa etika bisnis Islam merupakan pendekatan yang tepat untuk digunakan dalam menganalisis tantangan dan peluang menghadapi persaingan usaha fotokopi di Kecamatan Ponorogo. Melalui perspektif ini, penelitian tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi dan keuntungan usaha, tetapi juga pada aspek moral, sosial, dan spiritual yang dapat mendukung keberlangsungan usaha secara berkelanjutan.

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai moral dan prinsip yang bersumber dari ajaran Islam untuk mengatur perilaku manusia dalam kegiatan ekonomi dan bisnis. Etika ini berfungsi sebagai pedoman bagi pelaku usaha agar setiap aktivitas bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga memperhatikan aspek moral, keadilan, dan keberkahan. Dalam pandangan Islam, kegiatan bisnis adalah bagian dari

ibadah selama dijalankan sesuai dengan ketentuan syariah dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip keadilan serta kemaslahatan.

Menurut Antonio (2001), etika bisnis Islam menekankan bahwa kegiatan ekonomi harus dilakukan dengan niat yang baik, cara yang benar, dan tujuan yang membawa manfaat bagi banyak pihak. Prinsip dasar etika bisnis Islam mencakup nilai-nilai seperti kejujuran (*shidq*), keadilan (*'adl*), amanah (dapat dipercaya), tanggung jawab (*mas'uliyah*), tolong-menolong (*ta'awun*), serta menjauhi hal-hal yang diharamkan seperti riba, gharar (ketidakjelasan), penipuan, dan *eksploitasi*.

Dalam menghadapi tantangan usaha, seperti ketatnya persaingan pasar, fluktuasi harga, keterbatasan modal, maupun perubahan teknologi, etika bisnis Islam mendorong pelaku usaha untuk tetap berpegang pada nilai kejujuran dan amanah dalam menjalankan usahanya. Pelaku usaha yang memegang teguh nilai-nilai Islam tidak akan menggunakan cara-cara curang, menipu pelanggan, atau menjatuhkan pesaing secara tidak etis demi mendapatkan keuntungan. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Surah Al-Muthaffifin ayat 1–3, yang melarang manusia untuk mengurangi timbangan dan merugikan orang lain dalam transaksi.

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai moral dan prinsip yang bersumber dari ajaran Islam untuk mengatur perilaku manusia dalam kegiatan ekonomi dan bisnis. Etika ini berfungsi sebagai pedoman bagi pelaku usaha agar setiap aktivitas bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga memperhatikan aspek moral, keadilan, dan

keberkahan. Dalam pandangan Islam, kegiatan bisnis adalah bagian dari ibadah selama dijalankan sesuai dengan ketentuan syariah dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip keadilan serta kemaslahatan.

Menurut Antonio (2001), etika bisnis Islam menekankan bahwa kegiatan ekonomi harus dilakukan dengan niat yang baik, cara yang benar, dan tujuan yang membawa manfaat bagi banyak pihak. Prinsip dasar etika bisnis Islam mencakup nilai-nilai seperti : kejujuran (*shidq*), keadilan (*'adl*), amanah (dapat dipercaya), tanggung jawab (*mas'uliyah*), tolong-menolong (*ta'awun*), serta menjauhi hal-hal yang diharamkan seperti riba, gharar (ketidakjelasan), penipuan, dan *eksploitasi*.

Dalam menghadapi tantangan usaha pada zaman sekarang ini, seperti ketatnya persaingan pasar, fluktuasi harga, keterbatasan modal, maupun perubahan teknologi, etika bisnis Islam mendorong pelaku usaha untuk tetap berpegang pada nilai kejujuran dan amanah dalam menjalankan usahanya. Pelaku usaha yang memegang teguh nilai-nilai Islam tidak akan menggunakan cara-cara curang, menipu pelanggan, atau menjatuhkan pesaing secara tidak etis demi mendapatkan keuntungan. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Surah Al-Muthaffifin ayat 1–3, yang melarang manusia untuk mengurangi timbangan dan merugikan orang lain dalam transaksi.

Sementara itu, dalam melihat peluang usaha, etika bisnis Islam memberikan dorongan bagi pelaku usaha untuk berinovasi secara halal, menciptakan produk atau jasa yang bermanfaat, serta memperluas usaha

dengan cara yang tidak melanggar prinsip-prinsip syariah. Nilai-nilai seperti ta'awun (kerja sama dalam kebaikan) dan maslahah (kemanfaatan umum) menjadi dasar penting dalam membangun jaringan bisnis yang saling mendukung dan membawa manfaat sosial. Dengan demikian, penulis memilih judul dan lokasi penelitian berdasarkan hubungan pelaku usaha dengan etika bisnis Islam yang digunakannya. Hal ini peneliti mendapatkan data pelaku usaha bukan hanya mengatur hubungan dengan pelanggan atau mitra kerja saja, tetapi juga membangun kesadaran spiritual bahwa setiap kegiatan usaha akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT.

Tujuan melihat persaingan bisnis melalui perspektif etika bisnis Islam adalah untuk memahami bagaimana nilai-nilai moral dan spiritual Islam dapat diterapkan dalam menghadapi dinamika kompetisi usaha yang semakin ketat. Dalam Islam, persaingan bisnis bukanlah sesuatu yang dilarang, selama dijalankan secara adil, jujur, dan tidak merugikan pihak lain. Melalui penerapan etika bisnis Islam, pelaku usaha diarahkan agar bersaing dengan cara yang sehat, seperti meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan inovasi, bukan dengan melakukan kecurangan, manipulasi harga, atau menjelekkkan pesaing.

Etika bisnis Islam juga menekankan pentingnya prinsip kejujuran (*shidq*), amanah, dan keadilan (*'adl*) dalam setiap aktivitas ekonomi, sehingga persaingan yang terjadi dapat menciptakan keseimbangan antara kepentingan individu dan kemaslahatan masyarakat. Dengan memahami persaingan melalui nilai-nilai etika Islam, pelaku usaha diharapkan mampu

menjadikan kompetisi sebagai sarana untuk memperbaiki diri, menumbuhkan profesionalitas, serta mencari keberkahan dalam usaha, bukan semata-mata keuntungan materi. Oleh karena itu, penelitian tentang persaingan bisnis yang dikaji oleh peneliti dari perspektif etika bisnis Islam bertujuan untuk menegaskan bahwa keberhasilan sejati dalam berwirausaha tidak hanya diukur dari aspek keuntungan finansial, tetapi juga dari sejauh mana pelaku usaha mampu menjaga integritas, moralitas, dan tanggung jawab sosial sesuai dengan tuntunan syariat Islam.

Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk menggali informasi lebih dalam terkait **Tantangan dan Peluang Menghadapi Persaingan Usaha Fotocopy di lingkungan kecamatan Ponorogo dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan gambaran latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang peneliti pecahkan adalah:

1. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam pada usaha fotocopy di kecamatan ponorogo?
2. Bagaimana menghadapi Tantangan persaingan usaha berdasarkan perspektif etika bisnis pada usaha fotocopy di Kecamatan Ponorogo?
3. Bagaimana menemukan Peluang dalam persaingan usaha berdasarkan perspektif etika bisnis pada usaha fotocopy di Kecamatan Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang terdapat diatas tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui tantangan persaingan usaha berdasarkan perspektif etika bisnis dalam usaha fotocopy di kecamatan Ponorogo.
2. Mengetahui peluang dalam persaingan usaha berdasarkan perspektif etika bisnis pada usaha fotocopy di kecamatan Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, maka diharapkan dapat mengembangkan teori terkait tantangan dan peluang usaha fotocopy di lingkungan kecamatan Ponorogo.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai data dan informasi bagi khazanah perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan semoga dapat menambah pengetahuan dan memperkaya studi di bidang ekonomi syariah.

b. Bagi Pemilik Usaha Fotocopy

Penelitian yang dilakukan bisa menjadi bahan evaluasi terutama dalam meningkatkan efisiensi, daya saing, dan keberlanjutan bisnis seperti :

- 1) Meningkatkan pelayanan dalam hal kecepatan layanan, kualitas cetakan, dan sikap.
- 2) Mengetahui kebutuhan pasar seperti jenis layanan yang diminati, harga yang sesuai, dan waktu operasional.
- 3) Inovasi dengan cara meningkatkan daya saing dengan teknologi digital dan memberikan layanan baru.

c. Manfaat Bagi Peneliti

Analisis yang sudah dilaksanakan oleh peneliti sangat berguna dalam menambah pengetahuan dan wawasan tentang tantangan dan peluang salah satu usaha di kecamatan Ponorogo.

d. Manfaat Bagi Peneliti yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi, sumber data, dan panduan untuk menghindari duplikasi maupun memberikan ide dan inspirasi bagi penelitian di masa mendatang.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah para pengusaha fotocopy di Kecamatan Ponorogo, yaitu Fotocopy Sinergi Karya Mulia (SKM), Fotocopy Prima, Fotocopy Purnama, Fotocopy Starzy, Fotocopy Sahabat, dan Fotocopy Karya Putra Offset.

Tabel 1.1 Objek Penelitian

No	Nama Usaha Fctocopy	Alamat	Nama Pemilik
1	SINERGI KARYA MULIA	Jalan Batoro Katong No 15, Kel.Cokromenggalan, Kec.Ponorogo Kota	Mas Hakim
2	PRIMA	Jln. Gatoto Subroto No.62, Krajan, Brotonegaran, Ponorogo	Pak Rianto
3	PURNAMA	Jl. Kh. Ahmad Dahlan No.97, bangunsari, Ponorogo	Pak Subiantoro
4	STARZY	Jl. Bathoro Kathong No.23B, RT2/RW1, Krajan, Cokromenggalan, Ponorogo	Bu Arti dan Pak Toyo
5	SAHABAT	Jl. Pramuka No.90A, Ronowijayan, Ponorogo	Mas Agus
6	KARYA PUTRA OFFSET	Jl. Ukel No.40, Ronowijayan, Kertosari, Ponorogo.	Pak Muhadi

2. Data Penelitian

Data Penelitian ini meliputi berbagai jenis tantangan dalam usaha fotocopy dan berbagai peluang untuk meningkatkan usaha dalam menghadapi persaingan fotocopy di Kecamatan Ponorogo Kota sesuai perspektif etika bisnis Islam.

3. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode fenomenologi, yaitu pendekatan kualitatif yang berupaya memahami makna pengalaman subjektif dari individu atau pelaku usaha terhadap suatu fenomena yang mereka alami secara langsung.

Fenomenologi berfokus pada upaya peneliti untuk menggali dan menafsirkan pengalaman hidup (*living experience*) responden secara mendalam, tanpa dipengaruhi oleh asumsi atau penilaian pribadi peneliti.

Dalam konteks penelitian ini, metode fenomenologi digunakan untuk memahami bagaimana pelaku usaha memaknai persaingan bisnis dan penerapan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya sehari-hari. Analisis fenomenologi dilakukan dengan cara menggali persepsi, pandangan, dan pengalaman informan melalui wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi, sehingga peneliti dapat menemukan esensi makna di balik tindakan dan keputusan bisnis mereka.

Langkah-langkah dalam analisis *fenomenologi* mencakup beberapa tahapan penting, yaitu:

- a. Melakukan *bracketing* atau *epoche*, yakni menangguhkan segala prasangka dan pandangan pribadi peneliti agar data yang diperoleh tetap murni dari pengalaman responden;
- b. Melakukan *horizontalization*, yaitu mengidentifikasi pernyataan-pernyataan penting dari informan yang berkaitan dengan pengalaman mereka;
- c. Mengelompokkan pernyataan tersebut ke dalam tema-tema makna yang relevan dengan fokus penelitian; dan
- d. Menyusun deskripsi tekstural dan struktural untuk menggambarkan secara utuh bagaimana pelaku usaha memahami dan

mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam menghadapi tantangan serta peluang persaingan usaha. Melalui pendekatan fenomenologi ini, diharapkan penelitian dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam dan autentik tentang realitas yang dialami pelaku usaha berdasarkan pandangan, nilai, dan keyakinan mereka sendiri dalam kerangka etika bisnis Islam.

4. Hasil yang diharapkan

Tujuan penggunaan metode fenomenologi dalam penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif dan makna yang dirasakan langsung oleh pelaku usaha dalam menghadapi persaingan bisnis dengan berlandaskan nilai-nilai etika bisnis Islam.

Pendekatan *fenomenologi* berupaya menggali bagaimana para pelaku usaha memaknai realitas yang mereka hadapi, bukan sekadar melihat fakta-fakta yang tampak dipermukaan, tetapi mencoba menemukan esensi makna dari pengalaman mereka dalam menjalankan kegiatan usaha secara etis, jujur, dan sesuai syariat. *Fenomenologi* tidak hanya berfokus pada hasil akhir berupa perilaku ekonomi, tetapi juga pada proses kesadaran dan pemaknaan pelaku usaha terhadap nilai-nilai Islam seperti kejujuran (*shidq*), amanah, keadilan (*'adl*), dan tanggung jawab (*mas'uliyah*) ditengah tantangan persaingan.

Melalui pendekatan ini, peneliti ingin memperoleh hasil berupa pemahaman yang mendalam dan autentik tentang bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari

para pelaku usaha. Hasil yang diharapkan bukan hanya berupa data deskriptif tentang strategi bisnis, tetapi juga gambaran utuh mengenai kesadaran, motivasi, dan keyakinan spiritual yang mendasari tindakan mereka dalam menghadapi persaingan dan mencari keberkahan usaha. Dengan fenomenologi, peneliti juga dapat menemukan tema-tema makna utama yang menggambarkan cara pelaku usaha menafsirkan peluang dan tantangan dari perspektif keislaman.

Secara lebih luas, hasil analisis *fenomenologis* diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian tentang etika bisnis Islam dengan menampilkan pemahaman yang lahir dari pengalaman nyata di lapangan. Sedangkan secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi pedoman moral dan strategis bagi pelaku usaha Muslim dalam mengelola persaingan secara sehat, membangun kepercayaan pelanggan, serta menjalankan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga bernilai ibadah dan keberkahan.

F. Definisi Istilah

Istilah istilah yang harus dipahami dalam penelitian ini meliputi:

1. Tantangan Usaha

Tantangan Usaha adalah hambatan atau kesulitan yang dihadapi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Tantangan ini dapat berasal dari factor internal (seperti manajemen kurang baik) maupun eksternal

(persaingan maupun perubahan teknologi). Menurut Suryana (2011) Tantangan usaha adalah berbagai kondisi dan situasi yang dapat menghambat keberhasilan suatu usaha, baik dari sisi manajerial, keuangan, operasional, maupun pasar.

2. Peluang Usaha

Peluang Usaha adalah kesempatan atau situasi yang memungkinkan seseorang untuk memulai, mengembangkan, dan menjalankan suatu kegiatan bisnis atau usaha guna memperoleh keuntungan. Menurut Zimmerer (2002) Peluang usaha adalah suatu hasil ide-ide kreatif yang dapat dikembangkan menjadi usaha yang menguntungkan.

3. Persaingan Usaha

Persaingan usaha adalah suatu kondisi dimana pelaku-pelaku bisnis berlomba untuk mendapatkan konsumen, meningkatkan penjualan, serta memperbesar pangsa pasar dengan menawarkan produk atau jasa yang lebih unggul dari pesaingnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) Persaingan usaha adalah proses di mana perusahaan-perusahaan dalam industri yang sama berusaha mendapatkan keunggulan melalui penawaran nilai yang lebih besar kepada pelanggan.

4. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai etis yang bersumber ajaran Islam (Al-Qur'an dan Hadis) yang digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas bisnis atau muamalah secara jujur, adil, dan bertanggung jawab. Menurut Antonio (2010) Etika bisnis Islam

adalah seperangkat nilai dan prinsip moral Islam yang mengatur perilaku bisnis, meliputi kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, dan larangan terhadap penipuan serta riba.

a. Etika Tauhid

Etika Tauhid adalah prinsip etika dalam Islam yang berlandaskan pada keyakinan akan keesaan Allah (Tauhid) dan menjadikan ajaran-Nya sebagai pedoman utama dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam berperilaku, berbisnis, dan bermuamalah dengan sesama manusia.

b. Etika kejujuran dan kebenaran adalah prinsip moral yang mewajibkan manusia untuk selalu berkata dan bertindak sesuai kenyataan (jujur) serta berpegang teguh pada nilai kebenaran yang ditetapkan oleh Allah SWT, baik dalam ucapan, perbuatan, maupun dalam sikap. Dalam Islam, kejujuran (ṣidq) dan kebenaran adalah bagian dari akhlak mulia yang menjadi landasan utama dalam hubungan manusia dengan Allah dan sesama manusia.

c. Etika keadilan adalah prinsip moral yang mengatur agar manusia bersikap adil dalam seluruh aspek kehidupan, baik dalam hubungan dengan Allah, sesama manusia, maupun dengan lingkungan, tanpa memihak, berbuat zalim, atau berlaku sewenang-wenang. Dalam Islam, keadilan berarti menempatkan sesuatu pada tempatnya, memberikan hak kepada yang berhak, dan memperlakukan semua pihak secara proporsional sesuai ketentuan Allah.

- d. Etika tanggung jawab adalah prinsip moral yang mewajibkan setiap individu untuk memikul dan menjalankan kewajiban atas segala tindakan, keputusan, dan amanah yang diembannya, baik kepada Allah, sesama manusia, maupun lingkungan sekitar. Dalam Islam, tanggung jawab (mas'uliyah) berarti bahwa manusia adalah makhluk yang diberi amanah oleh Allah dan akan dimintai pertanggungjawaban atas segala sesuatu yang dilakukannya, baik di dunia maupun di akhirat.
- e. Etika kehendak bebas adalah prinsip moral yang mengakui bahwa manusia memiliki kebebasan untuk memilih dan menentukan tindakannya, namun kebebasan tersebut harus digunakan sesuai dengan nilai-nilai kebaikan, norma agama, dan tanggung jawab moral di hadapan Allah. Dalam Islam, manusia diberi ikhtiar (kemampuan memilih) oleh Allah, tetapi setiap pilihannya memiliki konsekuensi yang akan dipertanggungjawabkan di akhirat.