

Pengaruh Ideologi Dan Agama Terhadap Persaingan Usaha

Graciella Yosephine ¹, Agus Susanto ²

¹Universitas Negeri Medan

²Institut Nida Al-Adabi

Abstrak

Persaingan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh dinamika ekonomi dan perkembangan teknologi, tetapi juga oleh ideologi dan agama yang membentuk nilai, etika, serta kebijakan dalam kegiatan bisnis. Ideologi berperan sebagai dasar pembentukan regulasi dan strategi ekonomi yang memengaruhi pola persaingan, sedangkan agama memberikan landasan etika yang mendorong praktik bisnis yang jujur, adil, dan bertanggung jawab. Penelitian ini mengkaji bagaimana ideologi dan agama memengaruhi persaingan usaha, baik pada tingkat global maupun lokal. Hasil kajian menunjukkan bahwa ideologi menentukan arah kebijakan ekonomi suatu negara, sementara nilai-nilai agama memperkuat etika bisnis yang berkelanjutan. Interaksi keduanya menciptakan dinamika yang kompleks dalam praktik persaingan, termasuk peluang terciptanya kompetisi yang sehat maupun tantangan ketika nilai ideologi dan ajaran agama tidak sejalan. Studi ini menegaskan pentingnya harmonisasi antara nilai ideologis dan etika keagamaan dalam menciptakan lingkungan usaha yang adil dan berkeadilan sosial.

Kata Kunci: ideologi, agama, persaingan usaha, etika bisnis, regulasi.

Abstract

Business competition is influenced not only by economic dynamics and technological development but also by ideology and religion, which shape values, ethics, and regulatory frameworks within the business environment. Ideology serves as the foundation for economic policies and regulatory approaches that determine patterns of market competition, while religion provides ethical principles that promote honesty, fairness, integrity, and social responsibility in business practices. This study examines the influence of ideology and religion on business competition at both global and local levels. The findings indicate that ideology directs a nation's economic policy orientation, whereas religious values reinforce sustainable and ethical business behavior. The interaction between these two elements creates a complex dynamic that may foster healthy competition or generate challenges when ideological principles and religious teachings conflict with market demands. This study highlights the importance of

harmonizing ideological values and religious ethics to create fair, equitable, and socially responsible business competition.

Keywords: ideology, religion, business competition, business ethics, regulation.

PENDAHULUAN

Persaingan usaha merupakan elemen penting dalam perkembangan ekonomi modern karena mampu memengaruhi dinamika pasar, mendorong inovasi, dan meningkatkan efisiensi. Dalam era globalisasi yang semakin intensif, persaingan usaha tidak lagi sekadar ditentukan oleh faktor ekonomi dan kemajuan teknologi, tetapi juga oleh faktor sosial, budaya, serta nilai-nilai ideologis dan keagamaan yang dianut suatu masyarakat. Ideologi, yang mencakup pandangan hidup, nilai dasar, dan sistem kepercayaan suatu kelompok atau negara, memiliki peran signifikan dalam membentuk arah kebijakan ekonomi, pola regulasi, dan strategi perusahaan dalam menghadapi pasar. Hal ini tampak dari perbedaan pendekatan tiap negara, seperti negara dengan ideologi sosialisme yang cenderung menempatkan peran negara lebih dominan dalam mengelola ekonomi, sementara negara berideologi kapitalisme lebih menekankan mekanisme pasar bebas.

Selain ideologi, agama juga memberikan kontribusi besar dalam membentuk etika dan perilaku bisnis. Ajaran-ajaran agama memengaruhi cara perusahaan berinteraksi dengan karyawan, konsumen, dan lingkungan usaha. Dalam masyarakat tertentu, nilai-nilai agama dapat menentukan keputusan bisnis, misalnya larangan riba, kewajiban menyediakan produk halal, atau penerapan prinsip keadilan dan kejujuran dalam aktivitas usaha. Nilai-nilai tersebut pada akhirnya membentuk aturan formal maupun informal yang berpengaruh pada praktik persaingan di suatu wilayah.

Perpaduan antara ideologi dan agama dalam konteks dunia usaha menghasilkan dinamika persaingan yang beragam. Dalam beberapa kasus, interaksi keduanya mampu mendorong persaingan yang sehat melalui pembentukan etika bisnis dan regulasi yang berkeadilan. Namun, tidak jarang pula muncul berbagai bentuk pembatasan yang disebabkan oleh keyakinan ideologis atau religius tertentu sehingga memengaruhi strategi pasar dan kompetisi antar pelaku usaha. Oleh karena itu, pemahaman mengenai pengaruh ideologi dan agama terhadap persaingan usaha menjadi semakin penting, baik dalam konteks lokal maupun global.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana ideologi dan agama memengaruhi pola persaingan usaha, serta menganalisis dampak positif dan negatif yang ditimbulkan terhadap dinamika ekonomi. Selain itu, studi ini juga berfokus pada bagaimana pelaku usaha dapat beradaptasi dengan nilai-nilai ideologis dan religius dalam upaya meningkatkan keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang semakin kompleks.

KAJIAN TEORI

Ideologi merupakan sekumpulan gagasan, konsep, kepercayaan, serta pandangan hidup yang menjadi dasar bagi individu, kelompok, maupun masyarakat dalam memahami dan menjalani kehidupan. Secara umum, ideologi berfungsi sebagai pedoman yang menentukan arah tujuan serta tata nilai yang dianut dalam berbagai aspek kehidupan, seperti politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Melalui ideologi, masyarakat memiliki landasan untuk menata perilaku dan mengambil keputusan dalam konteks kehidupan bernegara maupun bermasyarakat.

Agama juga memiliki peran penting sebagai sistem kepercayaan, nilai, dan praktik yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam semesta. Agama berfungsi sebagai pedoman moral dan spiritual yang memberikan makna serta tujuan hidup. Di dalamnya terdapat ajaran-ajaran yang mengandung nilai universal, seperti kebaikan, keadilan, kasih sayang, dan perdamaian, yang menjadi dasar dalam membentuk karakter serta perilaku individu dan kelompok dalam menjalani aktivitas sehari-hari, termasuk dalam konteks ekonomi dan bisnis.

Konsep persaingan usaha menggambarkan kondisi di mana pelaku usaha berupaya menawarkan produk atau jasa terbaik guna menarik konsumen dan menguasai pasar. Persaingan usaha merupakan elemen penting dalam dinamika ekonomi yang mampu mendorong terjadinya inovasi, peningkatan efisiensi, serta peningkatan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan. Dalam sistem ekonomi pasar, persaingan usaha menjadi faktor yang menjaga keseimbangan antara kepentingan produsen dan konsumen, sehingga menciptakan struktur pasar yang lebih sehat dan kompetitif.

METODE

Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode **studi kepustakaan (library research)**, yaitu pendekatan penelitian yang mengandalkan analisis berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik ideologi, agama, dan persaingan usaha. Seluruh informasi dalam penelitian ini diperoleh dari literatur yang tercantum dalam daftar pustaka pada file PDF, termasuk tulisan ilmiah, jurnal, artikel daring, dan referensi teoretis yang membahas pengertian ideologi, konsep agama, serta dinamika persaingan usaha sebagaimana tercantum dalam kajian teori dan pembahasan

Penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data lapangan, melainkan berfokus pada pemahaman mendalam terhadap konsep-konsep yang telah dijelaskan dalam literatur. Proses penelitian dimulai dengan **pengumpulan informasi** mengenai ideologi, yang didefinisikan sebagai sekumpulan gagasan, konsep, atau kepercayaan yang menjadi landasan bagi masyarakat dalam menjalani kehidupan sosial, politik, dan ekonomi. Selanjutnya, peneliti menelaah literatur mengenai agama sebagai sistem nilai yang

mengatur hubungan manusia dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam semesta, termasuk nilai universal seperti keadilan, kebaikan, dan perdamaian

Kajian ini kemudian diperluas ke konsep persaingan usaha yang menggambarkan kondisi kompetisi antar pelaku usaha dalam menawarkan produk atau jasa terbaik guna menarik konsumen dan menguasai pasar.

Tahap berikutnya adalah **analisis isi (content analysis)** terhadap literatur yang membahas bagaimana ideologi dan agama memengaruhi kebijakan ekonomi, etika bisnis, regulasi pemerintah, serta praktik persaingan usaha di berbagai negara. Melalui analisis ini, peneliti mengidentifikasi hubungan antara prinsip ideologi tertentu—baik sosialisme, kapitalisme, maupun ideologi nasional seperti Pancasila—dengan mekanisme persaingan usaha. Analisis juga mencakup bagaimana nilai-nilai agama berperan dalam membentuk perilaku perusahaan, etika bisnis, dan kebijakan yang mendukung praktik usaha yang jujur, adil, dan bertanggung jawab. Pembahasan dalam file menunjukkan bahwa agama dapat memoderasi praktik pasar bebas dengan mendorong transparansi dan mencegah praktik tidak sehat seperti monopoli, eksploitasi, ataupun spekulasi berlebihan.

Seluruh temuan dianalisis dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, di mana peneliti menyusun penjelasan sistematis mengenai bagaimana ideologi dan agama saling berinteraksi di tingkat global maupun lokal. Analisis diperkuat melalui contoh-contoh yang terdapat dalam pembahasan file, seperti pengaruh nilai agama terhadap kebijakan halal, larangan riba, maupun dukungan negara terhadap pelaku usaha kecil sebagai perwujudan nilai keadilan sosial dalam konteks ideologi nasional

Dengan menggunakan metode studi kepustakaan yang terstruktur, penelitian ini menghasilkan pemahaman komprehensif tentang bagaimana nilai ideologis dan keagamaan membentuk praktik persaingan usaha, baik dalam bentuk peluang maupun tantangan yang muncul akibat perbedaan sistem nilai di berbagai negara dan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Ideologi Terhadap Persaingan Usaha di Berbagai Sektor Ekonomi

Ideologi merupakan sistem nilai dan keyakinan yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk pola dan mekanisme persaingan usaha. Dalam konteks ekonomi, ideologi berfungsi sebagai kerangka yang membentuk kebijakan, regulasi, dan perilaku pelaku usaha. Karena ideologi berbeda dari satu negara atau masyarakat ke masyarakat lain, dampaknya terhadap persaingan usaha juga beragam, tergantung pada prinsip-prinsip yang diutamakan oleh ideologi tersebut.

Peran Agama dalam Membentuk Etika Bisnis dan Kebijakan Perusahaan dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Agama memiliki peran penting dalam membentuk etika bisnis dan memengaruhi kebijakan perusahaan, terutama dalam konteks menghadapi persaingan usaha. Agama tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral individu, tetapi juga menjadi landasan nilai-nilai yang diadopsi oleh organisasi atau perusahaan. Nilai-nilai agama memberikan kerangka etik yang dapat memandu perusahaan untuk menjalankan bisnis secara bertanggung jawab, adil, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama, bahkan dalam situasi persaingan yang ketat. Dalam praktiknya, agama menawarkan prinsip-prinsip moral yang dapat diterapkan untuk membentuk etika bisnis. Misalnya, agama mengajarkan kejujuran, keadilan, integritas, dan tanggung jawab sebagai nilai-nilai dasar yang harus menjadi landasan dalam menjalankan usaha. Nilai-nilai ini mendorong perusahaan untuk bersikap transparan dalam proses bisnis, tidak melakukan kecurangan, dan menghindari praktik-praktik tidak sehat seperti monopoli, kolusi, atau eksploitasi terhadap konsumen maupun karyawan. Dalam persaingan usaha, perusahaan yang mengadopsi nilai-nilai agama akan lebih cenderung memprioritaskan kepentingan jangka panjang melalui praktik bisnis yang berkelanjutan dan etis daripada sekadar mengejar keuntungan sesaat.

Interaksi Antara Ideologi dan Agama dalam Mempengaruhi Regulasi serta Praktik Persaingan Usaha di Tingkat Global dan Lokal

Ideologi dan agama adalah dua kekuatan yang saling berinteraksi dalam membentuk regulasi dan praktik persaingan usaha, baik di tingkat global maupun lokal. Keduanya berperan sebagai landasan nilai yang memengaruhi bagaimana pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha menjalankan aktivitas ekonomi, menyusun kebijakan, serta menghadapi tantangan persaingan usaha. Interaksi ini menciptakan dinamika yang kompleks, karena ideologi sering kali mencerminkan orientasi politik dan ekonomi, sementara agama membawa dimensi moral dan etika yang mendalam.

Pengaruh di Tingkat Global

Di tingkat global, ideologi ekonomi seperti kapitalisme, sosialisme, dan globalisasi ekonomi sangat berperan dalam membentuk praktik persaingan usaha. Dalam sistem kapitalisme yang dominan di banyak negara, persaingan usaha sangat dipengaruhi oleh prinsip pasar bebas. Namun, interaksi ideologi ini dengan nilai-nilai agama menciptakan variasi dalam cara negara dan perusahaan memandang persaingan global.

Misalnya, di negara-negara Barat yang kapitalistik, nilai-nilai agama seperti Kristen sering kali menjadi dasar untuk mendorong etika bisnis yang bertanggung jawab. Konsep seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial, yang berasal dari ajaran agama, memengaruhi regulasi seperti undang-undang antimonopoli atau kebijakan

untuk mencegah eksploitasi. Di sisi lain, di negara-negara Timur Tengah yang didominasi oleh nilai-nilai Islam, prinsip-prinsip agama seperti larangan riba dan dorongan untuk berbagi keuntungan melalui zakat atau wakaf memengaruhi regulasi ekonomi dan praktik persaingan. Contohnya, industri keuangan syariah menjadi bagian dari persaingan global yang mencerminkan perpaduan antara ideologi kapitalisme dan prinsip agama Islam.

Dalam konteks globalisasi, interaksi ini semakin nyata. Perusahaan multinasional yang beroperasi di berbagai negara harus menyesuaikan praktik mereka dengan regulasi dan nilai lokal yang sering kali dipengaruhi oleh agama. Misalnya, perusahaan makanan global seperti McDonald's atau Nestlé harus mengikuti regulasi halal di negara-negara mayoritas Muslim, sementara juga mematuhi prinsip-prinsip kapitalisme yang menuntut efisiensi dan profitabilitas. Dengan demikian, ideologi global sering kali beradaptasi dengan nilai-nilai agama lokal untuk menciptakan praktik bisnis yang dapat diterima di berbagai budaya.

Pengaruh di Tingkat Lokal

Di tingkat lokal, interaksi antara ideologi dan agama lebih terlihat dalam kebijakan pemerintah dan perilaku masyarakat dalam mengatur persaingan usaha. Ideologi nasional, seperti Pancasila di Indonesia, yang menggabungkan prinsip keadilan sosial dan gotong royong, sering kali dipengaruhi oleh nilai-nilai agama mayoritas. Hasilnya, regulasi persaingan usaha dirancang untuk memastikan keseimbangan antara kebebasan pasar dan tanggung jawab sosial.

Di Indonesia, misalnya, ideologi Pancasila mendorong regulasi yang mendukung usaha kecil dan menengah (UKM), seperti melalui perlindungan dari persaingan tidak sehat dengan perusahaan besar. Nilai-nilai agama juga memperkuat prinsip ini, dengan ajaran tentang keadilan dan kepedulian terhadap sesama yang tercermin dalam kebijakan pemerintah untuk memperluas akses usaha kecil terhadap kredit mikro atau subsidi. Selain itu, pelaku usaha sering kali menerapkan nilai-nilai agama dalam praktik bisnis mereka, seperti dengan memberikan perhatian pada kesejahteraan karyawan atau melibatkan komunitas lokal dalam kegiatan usaha.

Namun, interaksi antara ideologi dan agama di tingkat lokal tidak selalu berjalan harmonis. Konflik dapat muncul ketika prinsip agama tertentu berbenturan dengan ideologi ekonomi yang dominan. Dalam sistem kapitalisme yang menuntut efisiensi dan profitabilitas, beberapa praktik yang dianggap tidak etis dalam agama, seperti spekulasi berlebihan atau eksploitasi sumber daya, masih sering terjadi. Pada beberapa kasus, regulasi yang terlalu didasarkan pada prinsip agama tertentu juga dapat menghambat persaingan usaha yang sehat, terutama di masyarakat yang memiliki keragaman agama.

Tantangan dan Peluang dalam Interaksi Ideologi dan Agama

Interaksi antara ideologi dan agama dalam regulasi dan praktik persaingan usaha menghadirkan tantangan sekaligus peluang. Di satu sisi, nilai-nilai agama dapat memperkuat regulasi yang lebih etis dan berorientasi pada keadilan sosial. Agama mendorong transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab yang sangat dibutuhkan dalam mengatasi praktik persaingan tidak sehat seperti monopoli, kolusi, atau korupsi. Di sisi lain, perbedaan ideologi dan nilai agama di berbagai negara atau masyarakat dapat menciptakan tantangan dalam menyusun regulasi yang seragam, terutama pada era globalisasi. Perusahaan global harus menghadapi regulasi yang berbeda-beda di setiap negara, yang sering kali didasarkan pada interpretasi lokal terhadap nilai agama atau ideologi. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih fleksibel dan inovatif dalam menyesuaikan strategi bisnis mereka.

SIMPULAN

Interaksi antara ideologi dan agama menciptakan dinamika yang kompleks dalam persaingan usaha. Di tingkat global, nilai-nilai agama sering kali memoderasi prinsip-prinsip pasar bebas, mendorong praktik bisnis yang lebih etis dan berkelanjutan. Di tingkat lokal, agama dapat memengaruhi kebijakan pemerintah yang mendukung kesejahteraan sosial dan perlindungan terhadap pelaku usaha kecil. Namun, interaksi ini juga menghadirkan tantangan, terutama ketika nilai-nilai agama tertentu berbenturan dengan prinsip ideologi dominan.

SARAN

1. Pemerintah perlu memperkuat regulasi yang mencerminkan nilai-nilai ideologi dan agama untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat dan berkeadilan.
2. Pelaku usaha diharapkan mengutamakan etika bisnis berdasarkan ajaran agama, seperti kejujuran dan tanggung jawab sosial.
3. Lembaga pendidikan perlu mengedukasi generasi muda tentang pentingnya nilai-nilai ideologi dan agama dalam dunia usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Azmi, N. (2011, December). Pengertian Ideologi Dan Agama. Retrieved from SCRIBD: <https://id.scribd.com/doc/75166230/Pengertian-Ideologi-Dan-Agama> Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dikaitkan Dengan. (2011). Jurnal Sosial Humaniora, 1-53.
- Memahami Pengertian Ideologi dalam Konteks Keagamaan. (2023, Juni). Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/amp/arvanda49827/6497adf508a8b56a3e5198a2/memahami-pengertian-ideologi-dalam-konteks-keagamaan>

- Rabiatul. (n.d.). Perspektif Beberapa Ideologi Tentang Ekonomi. Jurnal UIN Antasari, 1-14.
- Rangkuti, M. (2023, Agustus). Ancaman Terhadap Ideologi: Contoh, Faktor Penyebab, dan Cara Mengatasi. Retrieved from fahum Umsu: <https://fahum.umsu.ac.id/ancaman-terhadap-ideologi-contoh-faktor-penyebab-dan-cara-mengatasi/> Muhammad Rizal, Muhammad Rifky Santoso, Saparuddin Siregar, 2023 Simulasi Manajemen Risiko Reputasi Bank Syariah, Jurnal Akuntansi Keuangan Perpajakan Indonesia (Jakpi) Fe Unimed https://www.researchgate.net/publication/372253682_Simulasi_Manajemen_Risiko_Reputasi_Bank_Syariah
- Muhammad Rizal & Habibi, 2024 Buku Ajar Manajemen Resiko, CV Larispa <https://www.larispa.co.id/segera-terbit-buku-ajar-manajemen-risiko>
- Muhammad Rizal Astri Wulan Dari, Bartolomeus J.Situmorang, Fatiha Keysa Alea Zailani, 2024 Strategi Mitigasi Risiko pada UMKM: Analisis Komparatif antara Pempek Bege dan Cuanki Spicy di Kota Medan, International Journal of Islamic, Economic and Finance (IJIEF)