

SKRIPSI

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN
USAHA UMKM DI PELATARAN MASJID AGUNG
DARUSSALAM KABUPATEN SOPPENG**



OLEH

RAHMA BURSINUDDIN

NIM: 19.2400.104

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI
PAREPARE**

2024

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN
USAHA UMKM DI PELATARAN MASJID AGUNG
DARUSSALAM KABUPATEN SOPPENG**



OLEH

**RAHMA BURSINUDDIN
NIM: 19.2400.104**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan
Usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung
Darussalam Kabupaten Soppeng.

Nama Mahasiswa : Rahma Bursinuddin

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No.B. 2213/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.

NIP : 19730129 200501 1 004

Pembimbing Pendamping : Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., M.

NIP : 19880701 201910 0 307

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Muzdaffari Muhammadun, M.Ag.

NIP: 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng.

Nama Mahasiswa : Rahma Bursinuddin

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2400.104

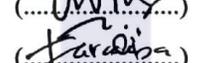
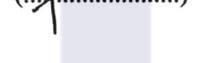
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No.B. 2213/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2023

Tanggal Kelulusan : 30 Januari 2024

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.	(Ketua)	
Muhammmad Majdy Amiruddin, LC., MMA.	(Sekertaris)	
Dr. Andi Bahri S. M.E., M.Fil.I.	(Anggota)	
Besse Faradiba, S.E., M.M.	(Anggota)	

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dekan, Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP: 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Salam sejahtera untuk kita semua. Alhamdulillah robbil'alamin. Segala puji bagi Allah swt. Tuhan semesta alam yang telah menciptakan alam semesta beserta isinya. Pijuh syukur kehadiran Allah swt berkat taufik dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai syarat untuk menyelesaikan gelar Sarjana Ekonomi Syariah pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Tak lupa pula kita kirim saalawat serta salam kepada Nabiullah Muhammad SAW. Nabi yang menjadi panutan bagi kita semua.

Penulis menghaturkan rasa terima kasih setulus-tulusnya kepada keluargaku tercinta yaitu ayahanda Bursinuddin dan Ibunda Kasmawati yang merupakan kedua orang tua penulis yang senantiasa memberi semangat, nasihat, dan doa demi kesuksesan anak-anaknya ini. Berkat merekalah sehingga tetap bertahan dan berusaha menyelesaikan tugas akademik ini dengan sebaik-baiknya.

Penulis sadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik yang berbentuk moral maupun material. Maka menjadi kewajiban penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah suka rela membantu serta mendukung sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis dengan penuh kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.

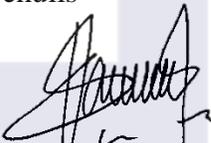
2. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag., selaku pembimbing utama dan bapak Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA., selaku pembimbing pendamping, atas segala bantuan dan bimbingan bapak yang telah diberikan selama dalam penulisan skripsi.
3. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
4. Ibu Umaima, M.El., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, atas pengabdianya telah memberikan dorongan kepada mahasiswa binaannya agar memiliki motivasi belajar. Serta dosen Penasehat Akademik yang telah meluangkan waktunya dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
5. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
6. Jajaran staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
7. Pegawai Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan, para pemilik usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng, dan pengunjung yang telah menyambut dan memberikan izin untuk diwawancarai sehingga penulisan skripsi ini terselesaikan.
8. Saudara-saudari, Rezky Nur Aulia, Ahmad Ikmal Bursinuddin, Rahmi Bursinuddin, dan keluarga besar yang selalu mendukung, mengsupport dan mendoakan penulis.

9. Teman seperjuangan yang senasib dan seluruh teman-teman seangkatan 2019 di Program Studi Ekonomi Syariah, organisasi daerah FORMASI (Soppeng) Parepare, LIBAM IAIN Parepare yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang memberikan warna tersendiri pada alur kehidupan penulis selama studi di IAIN Parepare.
10. Sahabat yang setia menemani dan menyemangati dalam suka duka pembuatan skripsi ini, Khaerana Nasir, M. Lutfi Akmal, Rahmasari, Muhsinah yang telah setia menemani penulis.

Akhirnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun berbagai hambatan dan ketegangan telah dilewati dengan baik karena selalu ada dukungan dan motivasi yang tak terhingga dari berbagai pihak. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dinilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada lingkaran IAIN Parepare. Semoga Allah swt. Selalu melindungi dan meridhoi langkah kita sekarang dan selamanya. Aamiin.

Parepare, 02 Januari 2024
20 Jumadil Akhir 1445 H

Penulis


Rahma Bursinuddin
NIM: 19.2400.104

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rahma Bursinuddin
Nim : 19.2400.104
Tempat/Tgl. Lahir : Cellengge Soppeng, 31 Desember 2000
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha
UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten
Soppeng.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 02 Januari 2024
Penyusun,



Rahma Bursinuddin
NIM. 19.2400.104

ABSTRAK

Rahma Bursinuddin. *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng* (dibimbing oleh Bapak Muhammad Kamal Zubair dan Bapak Muhammad Majdy Amiruddin).

UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya, seperti keterbatasan sumber daya, akses terhadap modal, serta persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, perlu diperhatikan bagaimana etika bisnis Islam dapat menjadi landasan untuk mengatasi tantangan tersebut dan menciptakan lingkungan bisnis yang adil, berkeadilan, dan berkelanjutan bagi UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah persaingan usaha UMKM dan menelaah etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melakukan studi langsung ke lapangan (*field research*). Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data dilakukan dengan pengodean terbuka, pengodean berporos dan pengodean selektif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng meliputi empat aspek yaitu produk, harga, tempat dan pelayanan. Dari segi persaingan produk diantaranya para pelaku usaha sudah menjamin kualitas produknya, tetapi terdapat beberapa pelaku usaha merasa iri terhadap pelaku usaha lainnya dikarenakan produk pelaku usaha lebih laris dari pada produknya. Dari segi harga yang terjadi pada usaha UMKM adalah hal yang wajar terjadi, akan tetapi penentuan harga yang diterapkan dari beberapa pelaku usaha itu hal yang tidak wajar karena membanting harga yang lumayan tinggi. Segi tempat para pemilik usaha UMKM tidak begitu belomba-lomba untuk mendapatkan tempat, karena semua tempat yang ditempati oleh pelaku usaha sudah layak dan strategis. Segi pelayanan yang diberikan kepada pembeli mayoritas sudah baik, terbukti dengan bagaimana pelaku usaha dalam melayani pembeli. Dari hasil pengamatan meskipun pelayanan yang diberikan berbeda-beda, akan tetapi mereka berusaha yang terbaik. Adapun hasil tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng masih belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam ialah prinsip kesatuan tauhid (*Unity*), prinsip kebajikan; kejujuran dan yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam terdapat pada prinsip keseimbangan (*Equilibrium*), kehendak bebas (*Free Will*) dan tanggung jawab (*Responsibility*).

Kata Kunci: Tinjauan Etika Bisnis Islam, Persaingan Usaha, UMKM

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING Error! Bookmark not defined.	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.... Error! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teori	13
1. Persaingan Usaha	13
2. Etika Bisnis Islam	16
3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	29
C. Kerangka Konseptual.....	33

D. Kerangka Pikir.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
C. Fokus Penelitian	38
D. Jenis dan Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan data.....	39
F. Uji Keabsahan Data	40
G. Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng	45
B. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng.....	56
BAB V PENUTUP	70
A. Simpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	74
BIODATA PENULIS	96

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.1.	Objek Yang Dipersaingkan	45
4.2.	Data Wawancara Mengenai Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha.	56



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.1	Bagan Kerangka Pikir	34



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Pedomaman Wawancara	75
2	Surat Keterangan Wawancara	77
3	Surat Izin Penelitian dari IAIN Parepare	89
4	Surat Izin Penelitian dari Penanaman Modal	90
5	Surat Keterangan Selesai Penelitian	91
6	Dokumentasi	92

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	tha	Th	te dan ha
ج	jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	dhal	Dh	de dan ha

ر	ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	shad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik keatas
غ	gain	G	Ge
فا	fa	F	Ef
ق	qof	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El

م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
هـ	ha	H	Ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

b. Vokal

1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	fathah dan ya	Ai	a dan i

وَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u
------	----------------	----	---------

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

c. *Maddah*

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ/أِي	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
إِي	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
أُو	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]

2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbānā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعَمُّ : *Nu'ima*

عُدُّوْ : *'Aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah (i)*.

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

علي : “Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشمس	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَة	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الفلسفة	: <i>al-falsafah</i>
البلاد	: <i>al-bilādu</i>

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif. Contoh:

تأمرُونَ	: <i>ta’murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau’</i>
شَيْءٌ	: <i>syai’un</i>
أَمْرٌ	: <i>umirtu</i>

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa

Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

i. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnillah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al-Walīd Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi *Abū Zaid*, *Naṣr Hamīd* (bukan: *Zaid*, *Naṣr Hamīd Abū*)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānāhu wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun

QS .../ ...: 4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4

HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص = صفحة

دم	= بدون مكان
صلعم	= صلى الله عليه وسلم
ط	= طبعة
دن	= بدون ناشر
الخ	= إلى آخرها/إلى آخره
ج	= جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjanagannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa indonesia kata “edotor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
- Vol. :Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, kegiatan usaha khususnya yang berkaitan dengan pemasaran, akan selalu berkembang. Para wirausahawan perlu menemukan strategi yang tepat dalam memasarkan produknya dan memenangkan persaingan untuk memaksimalkan pendapatan atau keuntungan, mengigit persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Bagi pengusaha, pemasaran memegang peranan penting.

Sebagai pebisnis muslim, perlu kita ketahui bahwa ajaran islam mengatakan bahwa mereka yang menjalankan agama harus berlomba-lomba untuk kebaikan di luar bisnis. Sangat jelas bahwa konsep persaingan usaha yang tertuang dalam Al-Qur'an mendorong para pelaku usaha untuk berkompetisi secara aktif dengan berkontribusi secara aktif dari bisnis mereka dan menahan diri dari merugikan pelaku bisnis lain dan menjatuhkan mereka Al-Qur'an juga menyarankan agar manusia tidak bersaing satu sama lain untuk mendapatkan kekayaan, terlepas dari nilai-nilai Islam. Karena itu akan membuatnya lengah dan melupakan tugasnya sebagai hamba Allah SWT. Oleh karena itu, para pemeluknya diwajibkan untuk terus bekerja memenuhi segala kebutuhan hidupnya, bahkan dalam kondisi persaingan yang dianjurkan oleh Islam agar tidak merugikan orang lain dan terlibat dalam kegiatan persaingan tidak sehat. Menurut hukum Islam, persaingan bisnis sebenarnya sehat, adil, dan jujur. Selain itu juga membangun silaturahmi untuk mempererat persaudaraan. Karena aqidah memungkinkan seseorang bercermin pada persaingan sesuai dengan ajaran Islam, maka kebebasan individu dalam hal

persaingan oleh prinsip dan moral Islam, atau dengan kata lain tetap dikendalikan oleh aqidah. Etika bisnis Islam menjamin, baik pebisnis, mitra bisnis, maupun konsumen, masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan.¹

Etika adalah ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia.² Pengetahuan tentang bagaimana cara kita menjalankan usaha yang dapat memenuhi standar. Etika bisnis Islam adalah perilaku etis bisnis yang dijiwai nilai-nilai syariah yang mengutamakan halal dan haram, yang mengikuti perintah dan menjauhi larangan Allah SWT.³

Salah satu hal yang disyariatkan oleh Islam adalah tentang etika dalam persaingan usaha. Persaingan sendiri berarti ketika organisasi atau individu bersaing untuk mencapai tujuan konsumen yang diinginkan, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.⁴ Menurut ilmu ekonomi Islam, melakukan persaingan usaha hendaknya dilakukan dengan sikap yang jujur, sehat, adil dan dapat membangun hubungan untuk mempererat tali silaturahmi antar manusia.⁵

Ketika Islam memperbolehkan bisnis dan mendorong kegiatan ekonomi, Islam mengizinkan persaingan komersial selama masih dalam batas wajar dan sesuai dengan hukum Islam. Islam tidak ikut campur dalam operasional bisnis dengan menentukan produk tertentu dan harga tertentu. Islam memberikan

¹ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997), hlm. 13.

² Arselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm, 11.

³ H. Fakhry Zamzam Dan Haviz Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Keberkahan* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 4-10.

⁴ Nur Dinah Fauziah, *Et Al., Eds., Etika Bisnis Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2019), hlm. 97.

⁵ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 124.

kebebasan kepada pelaku usaha sepanjang tindakan bisnisnya tidak merugikan orang lain. Oleh karena itu dalam pelaksanaan roda perekonomian haruslah dilakukan dengan cara-cara yang *fair* dan konstruktif.⁶ Persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang biasa terjadi di masyarakat. Pertumbuhan yang pesat ini memunculkan banyak pesaing yang kemudian menjadi salah satu ancaman bagi masing-masing usaha UMKM baik dari segi harga, produk bahkan cara menarik para pembeli. Apalagi jika suatu arera merupakan sentral dari produk yang sama. Oleh karena itu, para pelaku bisnis dan penjual akan saling bersaing agar produknya dapat dibeli.

Menurut hasil *pra survay* yang dilakukan peneliti di Pelataran Masjid Agung Darussalam terdapat beberapa bisnis atau usaha yang sudah berjalan beberapa tahun sampai sekarang di kawasan pelataran masjid agung darussalam, jalan Merdeka, Botto, kecamatan Lalabata adalah usaha mikro kecil dan menengah yang memperjual belikan makanan cepat saji maupun cemilan lainnya. Pada kawasan tersebut terdapat banyak *box-box* yang berjejeran dan ditempati oleh pelaku-pelaku usaha UMKM bisa memperoleh pendapatan yang memadai. Setelah soppeng dilanda dampak pandemi Covid-19 yang mengakibatkan ekonomi masyarakat mulai lesu Bupati Soppeng mambangkitkan kelesuan ekonomi masyarakat dengan menghidupkan para palaku usaha UMKM di kota Soppeng. Hal tersebut dilakukan untuk mambangkitkan kembali keterpurukan ekonomi masyarakat bahwa akibat dampak pandemi yang berkepanjangan 2 tahun.

⁶ Rumandi Ahmad, *Et Al., Eds., Fikih Persaingan Usaha* (Jakarta: Laspedan PBNU,2019), hlm. 49.

Salah satu upaya bupati Soppeng ditengah kota destinasi ini adalah memfasilitasi warga masyarakat melalui Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan (Koperindag) dan UKM dengan *box-box* jualan di pelataran Masjid Raya Soppeng. Dalam kacamata pembeli atau konsumen dengan adanya banyak UMKM tentunya dapat memberikan pilihan bagi pembeli dan memudahkan mereka jika ingin membeli ketika ingin makan atau merasa haus saat jalan-jalan atau berwisata di taman kalong yang cukup dekat dengan kawasan ini. Taman kalong adalah salah satu tempat wisata terkenal di kabupaten Soppeng maupun di luar area, yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Soppeng maupun wisatawan dari luar daerah, dari hal tersebut membuka peluang bagi para pelaku UMKM untuk memperoleh pendapatan. Keadaan ini tentunya berbanding terbalik dengan banyaknya penjual atau UMKM, bertambahnya usaha sejenis dari sisi penjual yang terdapat dalam suatu wilayah, tentunya dapat menimbulkan persaingan komersial bagi para pelaku usaha, sehingga para penjual berlomba-lomba untuk melakukan suatu strategi atau usaha untuk dapat menarik minat pembeli. Hal ini dilakukan agar usahanya tetap berkembang dan memperoleh keuntungan dari usaha yang dijalankannya. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa beberapa alasan tersebut dapat menimbulkan adanya persaingan usaha.

Terkait hal tersebut, begitu pula juga kita sering sekali melihat menyimpang dari ajaran agama dan mengabaikan etika dalam bisnisnya. Apalagi kawasan yang ditempati oleh UMKM tersebut dekat dengan Masjid Agung Darussalam, dari banyaknya pelaku usaha hanya beberapa yang melaksanakan salah satu prinsip etika bisnis yaitu tak lupa melaksanakan

kewajiban kepada Allah sebagai kaum muslimin. Dari segi pelayanan, rata-rata pelaku usaha memberikan pelayanan terbaiknya dengan bersikap ramah, sopan, dan menggunakan kata-kata yang baik guna menarik minat pembeli. Hal ini jelas tidak melanggar etika bisnis Islam. Dari pengamatan peneliti ada beberapa produk yang di jual pelaku usaha tidak sesuai dengan gambar yang tertera. Hal tersebut dapat mengecewakan pembeli karena tidak sesuai dengan harapan pembeli. Untuk mengatasi permasalahan ekonomi ini, Islam sebagaimana diyakini oleh umat Islam adalah solusi terbaik. Karena pada kenyataannya tidak akan pernah ada permisahan antara ilmu ekonomi dan etika dalam ajaran Islam. Oleh karena itu, para pelaku bisnis harus menanamkan nilai-nilai moral (etika).

Penelitian ini memiliki relevansi yang tinggi dalam menghadapi dinamika bisnis UMKM di era globalisasi, terutama di Indonesia yang lebih banyak penduduk berumat muslim. Dengan memahami dan menerapkan etika bisnis Islam, UMKM dapat membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta memperkuat daya saing mereka dipasar. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan model bisnis yang berkelanjutan dan berorientasi pada nilai-nilai keadilan sosial dan ekonomi. Sehingga, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang mendalam mengenai pentingnya etika bisnis Islam dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Permasalahan yang diuraikan di atas berdasarkan yang di dapat, kenyataan di Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang terdapat di kawasan Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng, agar menndapatkan

hasil yang lebih akurat. Peneliti akan menganalisa mengenai bagaimana penerapan etika bisnis islam terhadap persaingan usaha UMKM di pelataran Masjid Agung Darussalam. Berangkat dari latar belakang ini peneliti tertarik untuk menyusun skripsi yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka permasalahan pokok dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengurai persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng.
2. Untuk menelaah etika bisnis islam terhadap persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng.

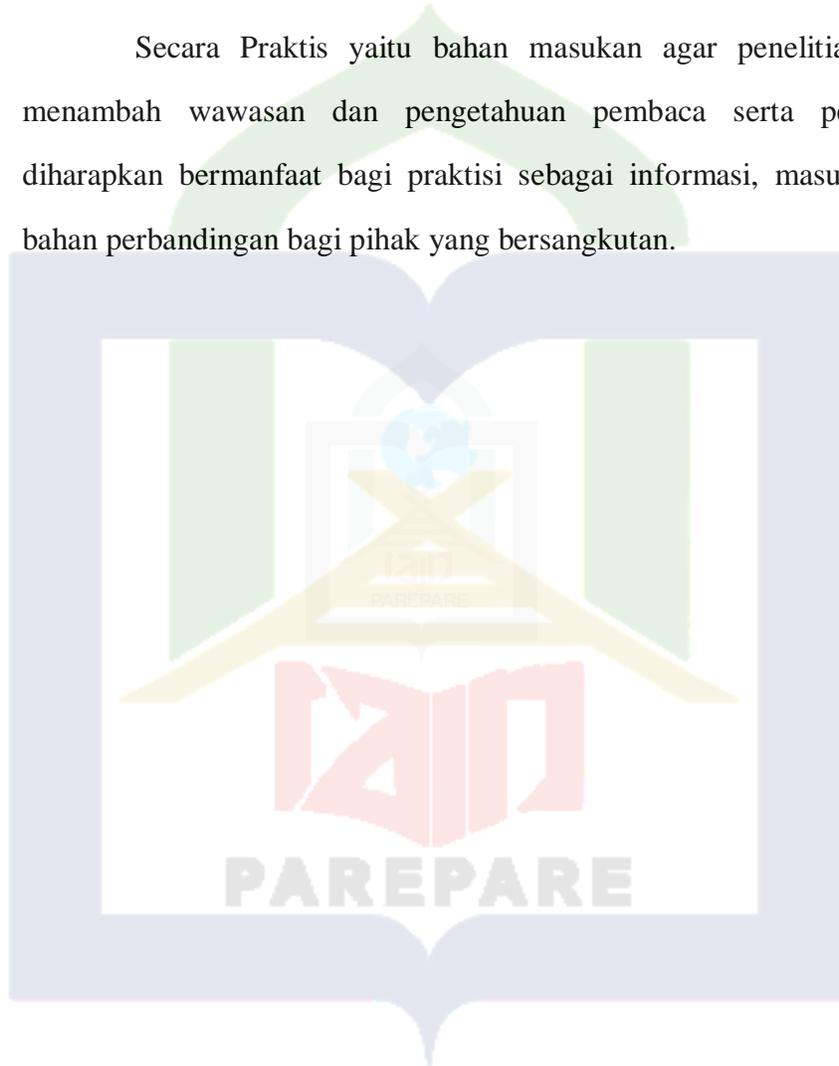
D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini akan berguna sebagai pengembangan ilmu pengetahuan.

- b. Hasil penelitian ini akan berguna sebagai referensi dalam penelitian yang mengkaji lebih dalam tentang persaingan usaha terhadap pengimplementasian etika bisnis Islam.

2. Secara Praktis

Secara Praktis yaitu bahan masukan agar penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca serta penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi praktisi sebagai informasi, masukan maupun bahan perbandingan bagi pihak yang bersangkutan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan hasil penelitian pada intinya dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang hubungan topik yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya sehingga tidak ada pengulangan dalam penelitian kali ini. Adapun judul yang peneliti ajukan adalah “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng”. Dalam penelitian skripsi ini, terdapat beberapa peneliti terdahulu yang mengangkat penelitian yang setema. Berikut beberapa peneliti terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya:

Pertama, Putri Wita Stefhani pada tahun 2019 dengan judul penelitian “Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)”. Fokus penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kesesuaian Etika Bisnis Islam dengan praktik persaingan usaha pada pedagang sayur keliling dan warung sayur keliling dan warung sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Hasil penelitian ini adalah bahwa kegiatan Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupateen Lampung Timur) ini belum sesuai dengan etika bisnis islam, dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang mereka miliki, sehingga mereka mengetahui tentang persaingan usaha yaitu

hanya menerapkan strategi yang dapat menguntungkan sebanyak-banyaknya tanpa mengikuti ketentuan yang ditetapkan dalam hukum islam.⁷

Persamaan dari penelitian Putri Wita Stefhani dengan yang akan peneliti lakukan terkait kajian persaingan usaha dalam etika bisnis islam. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif berdasarkan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada perbedaan subjek yang dibahas, sedangkan skripsi Putri Wita Stefhani membahas subjek yang berkaitan dengan penjual sayur keliling dan warung sayur. Sedangkan pada penelitian ini peneliti fokus pada objek usaha UMKM. Penelitian Putri Wita Stefhani ini juga mengembangkan teori persaingan usaha, pelayanan, kepuasan konsumen dan etika bisnis Islam.

Kedua, Dina Marista pada tahun 2018 dengan judul penelitian “Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persaingan usaha yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat dan untuk mengetahui bagaimana kesesuaian etika bisnis Islam dengan praktik persaingan usaha Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi persaingan usaha di pasar kenali yakni ditandai dengan adanya kebebasan membanting harga yang dilakukan oleh beberapa pedagang. Saat membeli dan menjual atau

⁷ Putri Wita Stefhani, “*Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling Dan Warung Sayur Di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)*”.

memberikan layanan kepada pembeli, sebagian besar pedagang pasar mengamalkan prinsip etika bisnis Islam.⁸

Persamaan dari penelitian Dina Marisa dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu mengkaji tentang bagaimana kesesuaian etika bisnis Islam dengan praktik persaingan usaha. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian sama-sama menggunakan penelitian kualitatif berdasarkan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Adapun perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian jika Dina Marista persaingan usaha yang terjadi di pasar kenali. Sedangkan dalam penelitian ini berfokus mengenai persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam.

Ketiga, Erna pada tahun 2018 dengan judul penelitian tentang “Strategi Persaingan Bisnis Cafe di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)”. Fokus penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh pemilik bisnis cafe di kota Parepare serta bagaimana kesesuaian etika bisnis islam dengan pelaksanaan strategi dan persaingan usaha yang dilakukan oleh para pemilik bisnis cafe di kota Parepare.⁹

Persamaan dari penelitian Erna dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu mengkaji tentang bagaimana kesesuaian etika bisnis dalam Islam terhadap persaingan usaha. Adapun perbedaan di dalam penelitian tersebut terletak pada kajiannya, jika penelitian Erna mengetahui kesesuaian etika bisnis islam dengan pelaksanaan strategi persaingan bisnis cafe di kota Parepare.

⁸ Marista, “Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.”

⁹ Erna, “Strategi Persaingan Bisnis Cafe Di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam).”

Sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada tinjauan etika bisnis islam terhadap persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam. Penelitian Erna ini juga memberikan sebuah pengembangan terkait teori strategi persaingan usaha dan etika bisnis islam.

Keempat, Istiqomah Khoirunnisa pada tahun 2022 dengan judul penelitian tentang “Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian di Johar Trade Mall Semarang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam dalam persaingan bisnis pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang belum optimal dalam menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Hal ini berdampak buruk bagi pembeli karena merasa dirugikan dengan tindakan pedagang grosir pakaian yang menyimpang dari etika bisnis Islam. Kemudian persaingan usaha pedagang grosir pakaian yang terjadi meliputi lima aspek yaitu persaingan produk, harga, pelayanan, purna jual, dan tempat. Beberapa pedagang grosir pakaian melakukan persaingan usaha yang tidak terlalu ketat namun bertentangan dengan etika bisnis Islam yaitu persaingan harga antar pedagang grosir pakaian harus seimbang sesuai dengan standar harga pasar, hal ini dapat merugikan pihak pembeli.¹⁰

Persamaan dari penelitian Istiqomah Khoirunnisa dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu mengkaji tentang bagaimana etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha, dan yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Perbedaan dari penelitian peneliti adalah terletak dari segi lokasi dan subjek penelitian yang dimana subjeknya yaitu pedagang grosir sedangkan penelitian ini subjeknya UMKM.

¹⁰ Khoirunnisa, “Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian Di Johar Trade Mall Semarang.”

Kelima, Brian Indrajaya pada tahun 2019 dengan judul penelitian tentang “Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako di Pasar Kliwon Karang Lewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam”. Penelitian ini fokus untuk mengeksplorasi subjek persaingan antar pedagang komoditas di pasar Kliwon Karang Lewas, Banyumas dan bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha antar pedagang sembako di pasar Kliwon Karang Lewas. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa persaingan yang terjadi di pasar Kliwon terdiri dari tiga cara. Cara-cara tersebut antara lain persaingan barang dagangan, bersaing dari segi harga, dan bersaing dari segi pelayanan. Persaingan dari segi produk, pedagang bersaing secara sehat dimana pedagang memberikan kualitas terbaik di setiap produknya. Dan juga dalam hal pelayanan, pedagang juga bersaing secara sehat dengan juga memberikan pelayanan yang prima, misalnya dengan bersikap ramah, sopan, dan berkata yang baik kepada pembeli. Namun dalam persaingan harga, sebagian pedagang melakukan praktik persaingan tidak sehat dan tidak adil dengan menurunkan harga barang dengan cara menjual barang dagangan di bawah batas harga pasar, yang menjadi peluang untuk saling menjatuhkan pesaing.¹¹

Persamaan dari Brian Indrajaya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu mengkaji tentang persaingan usaha dan implementasi etika bisnis Islam dan metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Adapun perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada lokasi dan objeknya, dan penelitian Brian Indrajaya mengfokuskan objek yang akan dipersaingan antar pedagang sembako di pasar Kliwon Karang Lewas.

¹¹ Indrajaya, “*Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karang Lewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam*”

B. Tinjauan Teori

1. Persaingan Usaha

Persaingan berasal dari bahasa Inggris dari kata *competition* yang berarti persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan yaitu ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.¹² Dalam dunia hukum, banyak istilah yang digunakan untuk bidang hukum persaingan usaha (*competition law*) seperti hukum antimonopoli (*antimonopoly law*) dan hukum antitrust (*antitrust law*). Persaingan diatur dalam UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.¹³ Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis sebagai unsur dalam persaingan usaha, yaitu pihak-pihak yang bersaing, cara bersaing, dan objek yang dipersaingkan.

a. Pihak-pihak yang bersaing

Dalam bisnis manusia menjadi titik pengendalian bisnis dan menjadi pusat bisnis. Begitupula bagi seseorang muslim melakukan aktivitasnya. Dengan demikian, persaingan usaha tidak diartikan sebagai sesuatu yang saling merugikan, tetapi justru dipahami sebagai bagian dari

¹² Sri Umiatun Andayani, *Et Al.*, Eds., Konsep Dasar Etika Bisnis (Batam: Cendikia Mulia Mandiri, 2022), hlm. 132.

¹³ Muhammad Fajrul Falah, “Strategi Bauran Pemasaran Ikan Konsumsi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Islam (Pada PT. Fajar Samodra Abadi),” 2020.

peningkatan layanan, peningkatan mutu produk, serta harga produk yang bersaing.¹⁴

b. Segi cara bersaing

Salah satu unsur hukum Islam adalah *muamalah* atau hukum ekonomi Islam, bisnis merupakan suatu kegiatan manusia dalam timbulnya persaingan dalam usaha. Rasulullah SAW., memberi contoh bagaimana cara berkompetisi dengan baik. Dalam berdagang, Rasul tidak pernah melakukan upaya apapun untuk menghancurkan lawan-lawannya. Dalam berbisnis sebaiknya selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik, namun jangan menghalalkan segala cara.

c. Objek yang dipersaingkan

Beberapa manfaat atau keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing antara lain:

1) Produk

Produk yang dipersaingkan baik barang maupun jasa, haruslah halal. Spesifikasi harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, menjamin kualitas dan kompetitif. Dalam ajaran Islam, setiap aspek kehidupan manusia diatur dengan sempurna, termasuk bidang ekonomi termasuk produknya. Produk adalah suatu objek atau proses lengkap yang memberikan sejumlah nilai manfaat bagi konsumen. Dalam dunia perdagangan, persaingan memperebutkan suatu barang (produk)

¹⁴ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami* (Gema Insani, 2002).

merupakan hal yang lumrah.¹⁵ Produk usaha bisnis yang dipersaingkan harus halal dan harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan. Produk dalam penelitian ini adalah berbagai jenis macam makanan cepat saji, cemilan, dan minuman.

2) Harga

Prinsip dasar dalam berbisnis untuk memenangkan persaingan adalah harga yang ditawarkan harus kompetitif, tetapi tidak menjatuhkan pesaing. Hanya biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu barang atau jasa.

3) Tempat

Tempat yang harus digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti barang yang dianggap sakti untuk menarik pengunjung.

4) Pelayanan

Pelayanan merupakan hal penting dalam bisnis, seorang dituntut untuk melayani konsumen dengan baik dan ramah, tetapi tidak boleh berjerumus kepada hal-hal yang diharamkan.¹⁶ Pelayanan harus diberikan dengan sopan dan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.

¹⁵ Adelina Nasutioan, "Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus Lain Langsa (Perspektif Uu No.5 Tahun 1999 Dan Fiqh)," *TAQNIN: Jurnal Syariah Dan Hukum* 1, No 1 (2019).

¹⁶ Rosmaya, ed al., eds., *Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pabbagang Di Desa Pallembang Kabupaten Pinrang*, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2022), hlm. 10-12.

Berdasarkan teori persaingan tersebut penulis dapat meysimpulkan, persaingan usaha merupakan suatu bisnis yang bersaing diantara para penjual untuk mendapatkan suatu keuntungan atau agar dapat memperoleh kemenangann dan hasil yang kompetitif.

2. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani kuno, yaitu ethos yang berarti kebiasaan/adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir, tabiat, konsep nilai, baik, buruk, benar, salah dan lain sebagainya. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berprilaku.¹⁷

Menurut Sudaryono, Bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Orang yang berusaha menggunakan waktunya dengan menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis biasa disebut *entrepreneur*. Sedangkan menurut Kadir etika adalah komponen pendukung para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika disebut juga sebagai rambu-rambu dalaam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindaakan yang terpuji (*good conduct*) yang harus dipatuhi dan dijalankan.¹⁸

¹⁷ Faisal Badroen, *Et Al., Eds., Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 5.

¹⁸ H. Fakhry Zamzam Dan Harvis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: Jl. Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngalik, Sleman Jl. Kaliurang Km.9,3, Penerbit: CV Budi Utama, 2020), hlm. 1.

Beberapa ahli pernah menjelaskan mengenai pengertian etika bisnis, di antaranya adalah:

1) Yosephus

Menurut Yosephus (2010), etika bisnis adalah wilayahpenerapan prinsip-prinsip moral umum pada wilayah tindak manusia di bidang ekonomi, khususnya bisnis. Jadi, secara hakiki sasarnya adalah perilaku moral pebisnis yang berkegiatan ekonomi.

2) Hill dan Jones

Menurut Hill dan Jones (2012), etika bisnis adalah suatu ajaran untuk membedakan antara yang salah dan benar. Hal ini dapat memberikan pembekalan kepada setiap pemimpi perusahaan ketika mempertimbangkan untuk mengambil keputusan strategis yang terkait dengan maslah moral yang kompleks.

3) Velasques

Menurut Velasques (2005), etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.

4) Steade Et Al

Menurut Steade Et Al (1984), etika bisnis adalah standar yang berhubungan dengan tujuan dan ccara mengambil suatu keputusan bisnis.

5) Budi Untung

Menurut Budi Untung (2014), etika bisnis adalah pengetahuan mengenai tata cara yang ideal terhadap pengelolaan dan pengaturan bisnis yang harus memperhatikan moralitas dan norma yang ada dan dikenali secara universal.¹⁹

Berdasarkan beberapa pengertian etika di atas maka penulis menyimpulkan bahwa etika bisnis islam adalah praktek berbisnis yang sesuai dengan prinsip islam, tidak perlu khawatir dalam berbisnis karena dipandang sebagai akhlak, etika, nilai yang baik.

b. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Dasar-dasar hukum bisnis dalam islam terdapat dalam Al-Qur'an antara lain:

1) Surah An-Nisa' Ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩ (النساء/4: 29)

Terjemahnya:

29. Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An-Nisa'/4:29)²⁰

Ayat ini melarang mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan perniagaan yang berlaku atas dasar kerelaan bersama. Mencari harta dibolehkan dengan cara berniaga atau berjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan. Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun ada bayaran atau penggantian. Dalam upaya mendapatkan kekayaan tidak boleh ada unsur zalim kepada orang lain, misalnya, mencuri, riba, berjudi,

¹⁹ Saban Echdar, Dan Maryadi, *Business Ethics And Entrepreneurship: Etika Bisnis & Kewirausahaan* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish 2012), hlm. 23.

²⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah, An-Nisa: 29*.

korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap-menyuap, dan sebagainya. Selanjutnya Allah melarang membunuh diri, karena perbuatan ini termasuk perbuatan putus asa, dan orang yang melakukannya adalah orang yang tidak percaya kepada rahmat dan pertolongan Allah SWT.²¹

2) Surah At-Taubah Ayat 24

قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِينُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرٍ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ ٢٤ (التوبة/9: 24)

Terjemahnya:

24. Katakanlah (Nabi Muhammad), “Jika bapak-bapakmu, anak-anakmu, saudara-saudaramu, pasangan-pasanganmu, keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, dan perniagaan yang kamu khawatirkan kerugiannya, serta tempat tinggal yang kamu sukai lebih kamu cintai daripada Allah dan Rasul-Nya dan daripada berjihad di jalan-Nya, tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan-Nya.” Allah tidak memberi petunjuk kepada kaum yang fasik. (At-Taubah/9:24)²²

Ayat ini turun berkenaan dengan keengganan sebagian kaum muslim untuk berhijrah ke madinah karena diberatkan oleh hal-hal yang bersifat duniawi. Padahal hijrah merupakan wujud nyata kecintaan kaum mukmin kepada Allah dan rasul-Nya. Katakanlah, wahai rasul, jika bapak-bapakmu, anak-anakmu, saudara-saudaramu, istri-istrimu yang selalu mendampingimu, keluargamu yang selalu melindungimu, harta kekayaan yang kamu usahakan dengan susah payah, perdagangan yang kamu khawatirkan kerugiannya, dan rumah-rumah tempat tinggal yang kamu sukai yang dibangun dengan biaya yang cukup besar, lebih kamu cintai dari pada Allah dan rasul-Nya serta berjihad di jalan-Nya, maka tunggulah sampai Allah memberikan keputusan-Nya dengan menurunkan hukuman-Nya yang tidak mungkin kamu elakkan. Padahal hal itu merupakan sikap orang-orang fasik, karena keluar dari ketaatan kepada Allah dan rasul-Nya, dan Allah tidak memberikan petunjuk kepada orang-orang fasik.²³

²¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*.

²² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan, At-Taubah: 24*.

²³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*.

3) Surah An-Nur Ayat 37

رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ۝ ٣٧ (النور/24: 37)

Terjemahnya:

37. Orang-orang yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari Kiamat). (An-Nur/24:37)²⁴

Mereka yang bertasbih itu adalah orang-orang yang hatinya tidak dilalaikan oleh perdagangan dan jual beli dari menngingat Allah, betapa pun besar dan penting usaha mereka; dan tidak pula lalai dari melaksanakan shalat dengan baik, benar, serta konsisten, dan demikian pula menunaikan zakat secara sempurna. Mereka takut kepada hari ketika pada hari itu bergoncang antara harap dan cemas, dan penglihatan menjadi gelap akibat kecemasan dan ketakutan ang amat besar terkait tempat kembali yang belum diketahuinya, antara surga atau neraka. Itulah hari kiamat.²⁵

Dalam berbisnis, Islam memberikan tuntutan berupa prinsip-prinsip atau etika dalam berbisnis agar pengusaha benar-benar fleksibel dan mempunyai rasa tanggungjawab yang tinggi. Oleh karena itu, adanya nilai spritual atau nilai akhlak yang tinggi, itikad baik dan akhlak merupakan kekayaan yang tidak akan habisnya dan merupakan warisan yang tidak akan ada habisnya.

Fungsi berbisnis adalah menyiapkan segala produk yang dibutuhkan oleh masyarakat dan mampu mentransformasikannya dari sesuatu yang bernilai kecil menjadi sesuatu yang luar biasa dan bernilai besar. Dalam berbisnis secara Islami harus memperhatikan dan

²⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, An-Nur: 37.

²⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*.

mengutamakan etika bisnis Islam yakni “akhlak”. Karena akhlak ini merupakan modal utama dalam menjalankan suatu bisnis secara Islami.²⁶

Fungsi etika bisnis Islam secara spesifik sebagai berikut:

- 1) Etika bisnis berusaha untuk menelaraskan dan menyesuaikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- 2) Etika bisnis berperan untuk melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat mengenai bisnis, terutama dalam bisnis Islami.
- 3) Etika bisnis Islami juga berperan memberikan solusi-solusi terhadap berbagai persoalan bisnis, terutama bisnis di era modern yang kian jauh dengan nilai-nilai etika. Sehingga bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada Al-Qur’an dan Sunnah.

c. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Berikut adalah prinsip-prinsip dalam Etika Bisnis Islam yakni sebagai berikut:

- 1) Kesatuan Tauhid (*Unity*)

Prinsip Tauhid (*Unity*) merupakan sebuah prinsip fondasi utama dari seluruh ajaran Islam. Tauhid menjadi dasar seluruh konsep dan aktivitas umat Islam, baik dari segi ekonomi, politik, solusi maupun budaya. Dalam Al-Qur’an surah disebutkan bahwa tauhid merupakan filsafat fundamental dari ekonomi Islam. Hakikat tauhid adalah penyerahan diri kepada yang bulat kepada kehendak

²⁶ Iwan Aprianto, *Et Al., Eds., Etika Dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm.7.

ilahi, baik manyangkut ibadah maupun muamalah, dalam rangka menciptakan pola kehidupan yang sesuai kehendak Allah.²⁷

2) Keseimbangan/Adil (*Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) adalah asas konsumsi dengan berpindah antara ambang batas bawah dan ambang batas atas dari ruang gerak konsumsi yang diperbolehkan dalam Islam (*mustawwa al-kifayah*). *Mustawwa al-kifayah* adalah skala, batasan dan ruang gerak yang tersedia bagi konsumen muslim untuk menjalankan aktivitas konsumsi. Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus oleh Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar terhadap atau terhadap orang lain perlu di isi, sedangkan jika mengukur atau menimbang untuk orang lain selalu dikurangi.

Kecurangan dalam bisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan.²⁸

Prinsip kesimbangan atau kesetaraan berlaku baik secara harfiah maupun kias dalam dunia bisnis. Makna kata '*adl*' adalah keadilan dan kesetaraan, bahwa sebuah transaksi yang seimbangan adalah juga

²⁷ Muh. Izza, *Ekonomi Mikro Pendekatan Ideologis Islam* (Pekalongan: PT Nasya Explanding Management, 2021), hlm. 169.

²⁸ Nur Dinah Fauziah, *Et Al., Eds., Etika Bisnis Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2019), hlm. 12.

setara dan adil. Al-Qur'an menggunakan istilah *'adl* dalam pengertian ini.

Secara keseluruhan, Islam sebenarnya tidak ingin menciptakan sebuah masyarakat pedagang syahid yang berbisnis semata demi alasan kedermawanan. Sebaliknya, Islam ingin mengekang kecenderungan sikap serakah manusia dan kecintaannya untuk memiliki barang-barang. Sebagai akibatnya, baik dalam Al-Qur'an maupun Hadist.²⁹

3) Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif, kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.³⁰ Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.³¹

Konsep kehendak bebas, manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menempatkannya ataupun mengingkarinya.

²⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), hlm. 66.

³⁰ Saban Echdar, Dan Maryadi, *Business Ethics And Entrepreneurship: Etika Bisnis & Kewirausahaan* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2012), hlm.108.

³¹ Nur Dinah Fauziah, *Et Al., Eds., Etika Bisnis Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2019), hlm. 12.

Seorang Muslim, yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah SWT, pasti akan menepati semua kontrak yang telah dibuatnya.

4) Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Prinsip tanggung jawab (*Responsibility*) merupakan prinsip yang mempunyai hubungan dengan prinsip kehendak bebas yang menetapkan batasan mengenai apa yang bebas yang menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan manusia dengan hubungannya pada kebutuhan manusia untuk bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya. Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Kekuatan dinamis individu untuk kualitas keseimbangan dalam masyarakat. Dalam prinsip ini, manusia diberi kebebasan untuk memilih dan akan menerima akibatnya dari apa yang menjadi pilihannya.

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas yang juga dapat mencemarkan kemahakuasaan Allah SWT. Sebaliknya kepercayaan secara eksklusif didasarkan pada kemahakuasaan Allah, maka tanggung jawab manusia atas tindakannya menjadi tidak bermakna. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan dalam kehendak bebasnya, manusia harus mempertanggungjawabkan tindakannya.³²

5) Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)

³² Muh. Izza, *Ekonomi Mikro Pendekatan Ideologis Islam* (Pekalongan: PT Nasya Explanding Management, 2021), hlm. 171-172

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dan kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menempatkan keuntungan.

Prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.³³ Masyarakat Islam adalah masyarakat yang dinamis sebagai bagian dari peradaban. Dalam hal ini, etika dengan agama berkaitan erat dengan manusia, tentang upaya pengaturan kehidupan dan perilakunya. Jika barat meletakkan “Akal” sebagai dasar kebenarannya. Maka, Islam meletakkan “Al-Qur’an” sebagai dasar kebenaran.³⁴

Beberapa etika bisnis islam yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dalam praktek bisnisnya sebagai berikut:

1) Kejujuran

Konsep kejujuran secara moral adalah dasar setia usaha untuk menjadi orang kuat, kejujuran meruakan kualitas dasar kepribadian moral. Tanpa kejujuran, seorang tidak dapat maju selangkah pun

³³ Nur Dinah Fauziah, *et al.*, eds., *Etika Bisnis Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2019), hlm. 13.

³⁴ Saban Echdar, Dan Maryadi, *Business Ethics And Entrepreneurship: Etika Bisnis & Kewirausahaan* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2012), hlm. 109.

karena ia belum berani menjadi diri sendiri. Orang yang tidak lurus tidak mengambil dirinya sendiri sebagai titik tolak, melainkan nilainya. Rasulullah menganjurkan kepada ummatnya untuk melakukan kejujuran disegala bentuk aktifitas, menurut nabi kejujuran akan membawa kepada kebajikan dan demikian pula sebaliknya kebohongan akan membawa pelakunya kepada keburukan dan bencana.³⁵

Dalam melakukan transaksi bisnis nabi Muhammad SAW, selalu menggunakan kejujuran sebagai etika dasar. Nama *al-Amin* (dapat dipercaya) yang diberikan oleh masyarakat Makkah berdasarkan perbuatan Nabi Muhammad SAW pada setiap harinya sebelum ia menjadi pebisnis. Nabi Muhammad SAW selalu berbuat jujur dalam segala hal, termasuk menjual barang dagangannya.

2) Amanah

Amanah adalah bentuk masdar dari *amuna, ya'munu* yang artinya bisa dipercaya. Amanah juga memiliki arti pesan, perintah atau wejangan. Dalam konteks fiqh, amanah memiliki arti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan harta benda. Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis menggunakan etika ini sebagai prinsip dalam menjalankan aktivitasnya.

³⁵ Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*, (Pekalongan: PT Nasya Explanding Management 2021), hlm. 352

Implementasi jujur dan amanah dalam bekerja adalah dengan tidak mengambil sesuatu yang bukan menjadi haknya, tidak curang, obyektif dalam menilai, dan sebagainya.³⁶

3) Tepat menimbang

Dalam hal ini etika bisnis islam yang dilakukan Nabi Muhammad SAW yaitu setiap aktivitas jual beli atau bisnis, ia selalu seimbang dalam menimbang barangnya. Barang yang kering bisa ditukar dengan barang yang basah. Penukaran barang kering tidak boleh dengan barang yang basah. Demikian juga dalam penimbangan tersebut seseorang tidak boleh mengurangi timbangan. Nabi Muhammad SAW menjauhi apa yang disebut dengan *muzabaha* dan *muhaqala* dalam melakukan transaksi. Jika orang membeli barang dari Nabi Muhammad SAW, mereka tidak ragu atas timbangannya.

4) *Gharar*

Gharar menurut bahasa berarti *al-khatar* yaitu sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Dalam akad, *gharar* bisa berarti tampilan barang dagangan yang menarik dari sisi zahirnya, namun dari sisi substansinya belum tentu baik. Di dalam praktik bisnisnya Nabi Muhammad SAW selalu menjauhi praktek *gharar*, karena dapat menimbulkan konflik dan membuka ruang perselisihan antara penjual dan pembeli. Rasulullah SAW juga melarang penjualan secara urbun (*bai' al-urbun*) yang dimana jual beli sistem panjar.

5) Tidak melakukan penimbungan barang

³⁶ Muhammad Kamal Zubair, 'Implementasi Etika Bisnis Islam', Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, (2020).

Dalam bahasa Arab penimbunan barang disebut *ihtikar*. Penimbunan ini tidak diperbolehkan karena akan menimbulkan kemadharatan bagi masyarakat karena barang yang dibutuhkan tidak ada di pasar. Oleh karena itu di dalam praktik bisnis Nabi Muhammad SAW menjauhi tindakan penimbunan. Semua barang yang dibawa oleh Rasulullah SAW, selalu habis, bahkan barang dagangan yang dimiliki khadijah jika perlu akan dijual semuanya. Namun karena keterbatasan kendaraan Rasulullah SAW hanya membawa barang secukupnya.

6) Tidak melakukan *Al-ghab* dan *Tadlis*

Al-ghab artinya *al-khada* (penipuan), yakni membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga rata-rata. Sedangkan *tadlis* yaitu penipuan yang dilakukan oleh pihak penjual dan pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan ketika terjadi transaksi. Di dalam praktik bisnis yang dilakukan Nabi Muhammad SAW adalah dengan menerapkan harga yang sedang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah, ini juga merupakan salah satu rahasia kesuksesan Rasulullah SAW. Baginya yang terpenting adalah sirkulasi barang diantara para pedagang dan pembeli. Etika dalam menyampaikan informasi seputar barang dagangan Rasulullah SAW selalu dilakukan secara rinci.

7) Saling menguntungkan

Dalam hal ini prinsip ini mengajarkan tentang dalam bisnis para pihak harus merasa untung dan puas. Sama halnya di antara penjual

dan pembeli harus sama-sama diuntungkan sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. Setiap barang dagangan Nabi Muhammad SAW selalu mendeskripsikan kepada pembeli jika ada barang yang memiliki kecacatan atau rusak Rasulullah akan terus terang. Dengan sikapnya ini, konsumen yang merasa puas atas barang yang dibelinya ia akan memberikan keuntungan atau jasa lebih karena perasaan puas.³⁷

Dari beberapa etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW dapat menjadi contoh atau bahan referensi bagi pebisnis atau pengusaha dalam menjalankan aktivitasnya. Selanjutnya dapat membangun usaha dengan tujuan di ridho oleh Allah SWT dan memberikan *maslahah* dan manfaat bagi konsumen.

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Usaha kecil dapat didefinisikan sebagai berikut (Primiana, 2009:11):

- 1) Pengembangan empat kegiatan ekonomi utama (*core business*) yang menjadi motor penggerak pembangunan, yaitu agribisnis, industri manufaktur, sumber daya manusia, dan bisnis kelautan.

³⁷ Saifullah, "Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah."

- 2) Pengembangan kawasan andalan, untuk dapat mempercepat pemulihan perekonomian melalui pendekatan wilayah atau daerah, yaitu dengan pemilihan wilayah atau daerah untuk mewadahi program prioritas dan pengemangan sektor-sektor dan potensi.
- 3) Peningkatan upaya-upaya pemberdayaan masyarakat.

Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria.³⁸ Lalu kemudian diubah pada PP No 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang sering disebut PP UMKM.

Berdasarkan PP UMKM tahun 2021, UMKM terbagi menjadi 3 yaitu usaha kecil, mikro, dan usaha menengah.

1) Usaha Mikro

Usaha mikro adalah usaha atau bisnis milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah yang berlaku.

2) Usaha Kecil

³⁸ Hamdani, *Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat* (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), hlm. 1-2.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai usaha kecil sesuai peraturan pemerintah yang berlaku.

3) Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha besar yang memenuhi usaha menengah sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah yang berlaku.

Peranan yang dimiliki UMKM di perekonomian Indonesia sangat penting, terutama saat terjadi krisis ekonomi. UMKM dapat menjadi roda penggerak perekonomian. Terdapat beberapa peran penting UMKM untuk perekonomian negara seperti, membantu perekonomian negara, membantu lapangan pekerjaan, memenuhi kebutuhan masyarakat, sebagai penopang ekonomi saat kondisi krisis, dan meningkatkan kemampuan wirausaha. Salah satu bidang usaha UMKM adalah usaha bidang kuliner. Usaha ini menjual memiliki berbagai jenis makanan dan minuman. Bisnis di bidang ini menjadi pilihan banyak orang ketika memulai bisnis. Hal tersebut disebabkan oleh makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok yang masih dicari banyak orang.

b. Karakteristik UMKM

Secara umum, dalam menjalankan usahanya UMKM memiliki karakteristik bisnis sebagai berikut:

- 1) Umumnya sektor usaha kecil dan menengah memulai usahanya dengan modal sedikit dan keterampilan yang kurang dari pendiri atau pemiliknya.
- 2) Terbatasnya sumber-sumber dana yang dapat dimanfaatkan untuk membantu kelancaran usahanya, seperti dari kredit pemasok (*supplier*) dan pinjaman bank ataupun dari bank yang ingin melayani pengusaha kecil dan menengah.
- 3) Kemauan memperoleh pinjaman kredit perbankan relatif rendah. Penyebabnya antara lain karena kurang mamuan untuk menyediakan jaminan, pembukuan dan lain sebagainya.
- 4) Banyak dari pelaku ekonomi UMKM belum mengerti pencatatan keuangan, masih mengalami masalah dalam penyusunan laporan keuangan.
- 5) umumnya sektor UMKM kurang mampu membina hubungan dengan perbankan.³⁹

Oleh karena itu, mengingat pentingnya (setidaknya secara potensial) UMKM yang disebutkan di atas, tidak mengherankan jika pemerintahan di hampir seluruh NSB (termasuk Indonesia) sudah sejak lama memunyai bermacam program, dengan skim-skim kredit

³⁹ Nurmalia Hasanah, *et al.*, eds., *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*, (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019).

bersubsidi sebagai komponen terpenting, untuk mendukung pembangunan dan pertumbuhan UMKM.

C. Kerangka Konseptual

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul dan permasalahan yang akan diteliti, namun perlu diperjelas pengertian kata yang terdapat dalam judul penelitian ini, sebagai berikut:

1. Tinjauan

Tinjauan menurut adalah hasil dari meninjau pandangan, pendapat tentang suatu hal sesudah menyelidiki atau dipelajari.⁴⁰ Jadi menurut pengertian diatas, penulis menyimpulkan bahwa tinjauan merupakan suatu aktivitas untuk mengumpulkan data yang diolah sampai penyajian data suatu permasalahan dengan mempelajari secara cermat dan dilakukan secara sistematis dan objektif.

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan prakti bisnis yang berdasarkan aturan kebutuhan dan bertujuan untuk selalu mengingat Allah dalam rangka ibadah dan menciptakan tindakan yang bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain, serta menghindari berbagai tindakan-tindakan yang merugikan orang lain.⁴¹

3. Persaingan Usaha

⁴⁰ Alwi Hasan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka 2010).

⁴¹H. Fakhry Zamzam Dan Harvis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: Jl. Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngalik, Sleman Jl. Kaliurang Km.9,3, 2020), hlm.16.

Persaingan Usaha adalah suatu usaha yang bersaing diantara para penjual untuk mendapatkan suatu keuntungan atau agar dapat memperoleh kemenangann dan hasil yang kompetitif.

4. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang.⁴²

Berdasarkan pengertian di atas maka yang dimaksud oleh penulis adalah etika bisnis islam terhadap persaingan usaha UMKM yaitu penulis ingin mengetahui apa saja persaingan usaha UMKM yang telah dilakukan oleh pelaku usaha di pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng dengan menggunakan tinjauan prinsip-prinsip etika bisnis islam.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah sebuah gambaran atau model berupa konseptual yang didalamnya menjelaskan hubungan antara satu variabel dengan variabel y lainnya. Hubungan tersebut disajikan dalam bentuk diagram atau skema dengan tujuan untuk mempermudah pemahamannya.⁴³

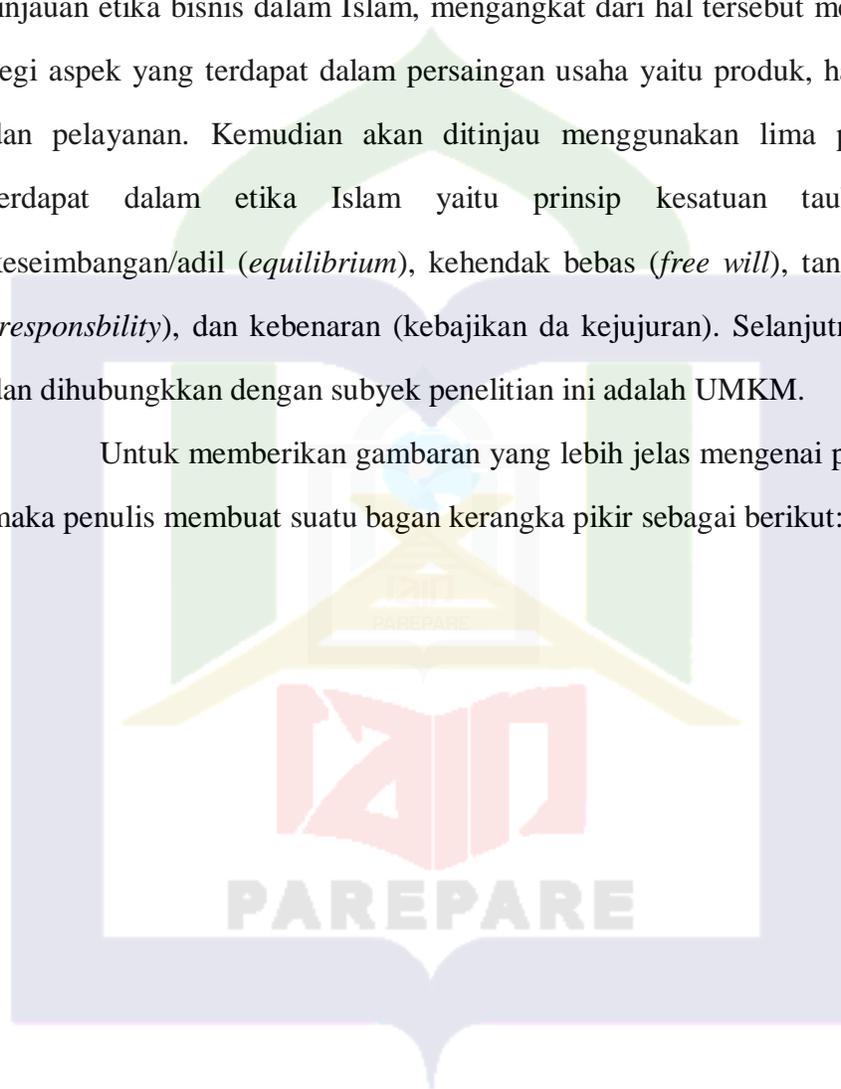
Penelitian yang akan dilakuakan oleh peneliti adalah menjadikan UMKM yang ada di pelataran Masjid Agung Darussalam sebagai objek penelitian. Adapun fokus penelitian ini terletak pada tinjauan etika isnis Islam

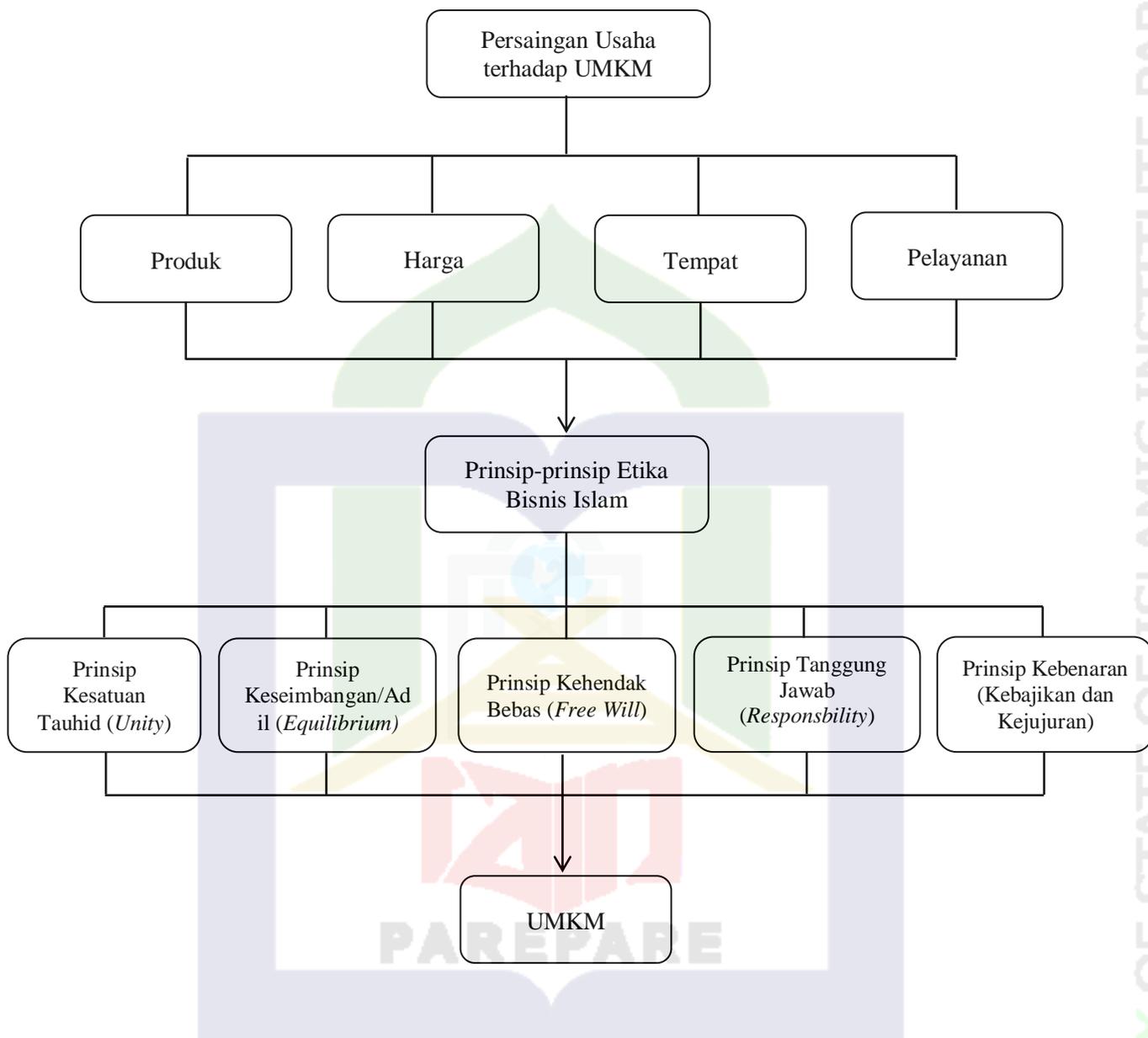
⁴²Hamdani, *Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat*, (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), hlm. 1.

⁴³Muhammad Kamal Zubair, *Et Al.*, Eds., *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020).

terhadap persaingan usaha UMKM. Bagan kerangka pikir yang disajikan di bawah ini, penelitian akan menelaah masalah persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng dengan menggunakan tinjauan etika bisnis dalam Islam, mengangkat dari hal tersebut meliputi empat segi aspek yang terdapat dalam persaingan usaha yaitu produk, harga, tempat, dan pelayanan. Kemudian akan ditinjau menggunakan lima prinsip yang terdapat dalam etika Islam yaitu prinsip kesatuan tauhid (*unity*), keseimbangan/adil (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran (kebaikan da kejujuran). Selanjutnya dianalisa dan dihubungkan dengan subyek penelitian ini adalah UMKM.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian ini, maka penulis membuat suatu bagan kerangka pikir sebagai berikut:





Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah yang diterbitkan oleh IAIN Parepare. Metode penelitian yang diuraikan dalam buku ini meliputi beberapa bagian, yaitu pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan pengecekan keabsahan data.⁴⁴

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu proses penelitian yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan apa yang ditemukan di lapangan dengan instrumen utama penelitian itu sendiri.⁴⁵ Metode fenomenologi adalah suatu kegiatan penelitian yang bertujuan mengidentifikasi fakta, keadaan, variabel, fenomena-fenomena yang sedang terjadi saat sekarang (pada saat penelitian berlangsung) dan menyajikannya sebagian adanya, mengembangkan teori-teori yang ada dan melakukan pengamatan langsung di lapangan yang berkaitan dengan pokok bahasan yang akan diteliti.

Pada penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif, karena penelitian ini berdasarkan fenomena nyata dan pengambilan data tentang UMKM dalam etika bisnis islam terhadap persaingan usaha di kabupaten Soppeng.

Secara keseluruhan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian langsung ke lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang bertujuan untuk

⁴⁴ Muhammad Kamal Zubair, *Et Al.*, Eds., *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020).

⁴⁵ Muhammad Saekan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010).

mengumpulkan data dan informasi dengan unsur pokok yang harus ditemui sesuai dengan masalah yang ada pada rumusan masalah. Dalam hal ini, penelitian pada UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng yang berlokasi di Jl. Merdeka, Botto, Kec. Lalabata, Kabupaten Soppeng, Sulawesi selatan, Indonesia, 90811, dan waktu penelitian dilaksanakan selama 2 bulan lamanya (d disesuaikan dengan kebutuhan penelitian).

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini ialah untuk mengidentifikasi variabel atau komponen utama yang berkaitan dengan etika bisnis islam terhadap persaingan usaha yang berlokasi di Pelataran Masjid Agung Darussalam, Jl. Merdeka, Botto, Kec. Lalabata, Kabupaten Soppeng, maka diperlukan sebuah penelitian tentang *“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng”* yang dimana subjek utamanya merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini juga memberikan sebuah pengembangan terkait teori persaingan usaha dan juga implementasinya dalam etika bisnis Islam.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah sebuah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari subjek penelitiannya dengan menggunakan alat pengukur dan pengambilan data langsung pada sumber objek sebagai sumber informasi yang dicari oleh peneliti. Data dari penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara dengan pihak terkait yakni masyarakat yang memiliki usaha di pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng. Dalam hal ini jumlah responden atau pelaku usaha yang akan di data yaitu sekitar 6 responden. Sedangkan jumlah informan disini yaitu konsumen atau pembeli sekitar 6 informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sebuah data yang dikumpulkan secara tidak langsung oleh peneliti namun diperoleh dari pihak/sumber lain. Data dari penelitian ini dikumpulkan melalui tinjauan pustaka yang dilakukan dengan cara mengkaji teori-teori yang relevan dengan masalah penelitian, seperti berupa buku, artikel/jurnal, dokumen-dokumen, literatur-literatur lain, dan lain-lain.

E. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengamatan yang meliputi seluruh kegiatan dengan menempatkan seluruh perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh panca indra.⁴⁶ Dalam penelitian ini observasi dilakukan pada para UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan narasumber (*Interviewees*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁴⁷ Penelitian dilakukan melalui wawancara dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan objek penelitian dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu mengenai masalah-masalah yang akan diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hak-hak yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya.⁴⁸ Dalam penelitian ini pengumpulan data yang berkaitan dengan hasil tinjauan etika bisnis islam terhadap persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng.

F. Uji Keabsahan Data

⁴⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Rineka Cipta (2010).

⁴⁷ Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja: Rosda Karya, 2009), H. 186.

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Cet. Ke-13, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006), H. 231.

Keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggung jawabkan. Uji keabsahan data dalam penelitian ini meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

1. Keterpercayaan (*Credibility*/Validasi Internal)

Penelitian berangkat dari data. Data adalah segala-galanya dalam penelitian. Oleh karena itu, data harus benar-benar valid. Ukuran validitas suatu penelitian terdapat pada alat untuk menjangkau data, apakah sudah tepat, benar, sesuai dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Kredibilitas adalah ukuran kebenaran data yang dikumpulkan, yang menggambarkan kecocokan konsep peneliti dengan hasil penelitian. Kredibilitas (derajat kepercayaan) data diperiksa melalui kelengkapan data yang diperoleh dari berbagai sumber.

2. Keteralihan (*Transferability*/ Validasi Eksternal)

Nilai tranfer ini menyangkut pertanyaan sejauh mana penelitian tersebut dapat diterapkan atau digunakan pada situasi lain. Bagi penelitian naturalistik, nilai transfer bergantung pada penggunaannya, sejauh mana hasil penelitian tersebut dapat digunakan dalam konteks dan situasi sosial lainnya. Oleh karena itu, agar pihak lain dapat memahami hasil penelitian kualitatif ini dan dapat hasil penelitian tersebut, maka dalam penyusunan laporan ini peneliti telah menyajikan secara rinci, jelas, sistematis yang sistematis, dan dapat dipercaya. Dengan demikian, pembaca akan

mengetahui dengan jelas hasil penelitian ini dan dengan demikian dapat memutuskan apakah hasil penelitian ini dapat diterapkan di tempat lain.

3. Kebergantungan (*Dependability/* Reliabilitas)

Suatu penelitian dikatakan reliabel apabila orang lain dapat mengulangi proses penelitian tersebut. Pengujian ini dilakukan dengan mengaudit keseluruhan proses penelitian. Jika peneliti tidak mempunyai dan tidak dapat menunjukkan aktivitas yang dilakukan dilapangan, maka dependabilitas penelitiannya patut diragukan.

4. Kepastian (*confirmability/* Objectivitas)

Kepastian atau audit kepastian yaitu bahwa data yang diperoleh dapat diverifikasi dan sumber informannya jelas. Suatu penelitian dikatakan obyektif apabila hasilnya dapat diterima oleh banyak orang. pengujian konfirmabilitas merupakan pengujian hasil penelitian dalam dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Kepastian dilakukan melalui check, triangulasi, pengamatan ulang atas rekaman, pengecekan kembali, melihat kejadian yang sama dilokasi/tempat kejadian sebagai bentuk konfirmasi. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar konfirmabilitas.

G. Teknik Analisis Data

Analisis merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Penafsiran data merupakan pemberian makna yang signifikan terhadap analisis.

Penjelasan pola uraian, dan pencarian hubungan antar dimensi-dimensi uraian.⁴⁹

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif model Straus & Cobin (Emzir, 2010) yang meliputi tiga hal sebagai berikut:

1. Pengodean Terbuka (*Open Coding*)

Pengodean terbuka adalah bagian analisis yang berhubungan khususnya dengan penamaan dan pengategorian fenomena yang melalui pengujian data secara teliti. Selama proses pengodean terbuka, data dipecah ke dalam bagian-bagian yang terpisah, diuji secara cermat, dibandingkan untuk persamaan dan perbedaannya, dan pertanyaan-pertanyaan diajukan tentang fenomena sebagaimana tercermin dalam data. Prosedur analisis dasar untuk proses pengodean terbagi menjadi dua, yaitu pertama, berhubungan dengan membuat pertandingan, yang lain mengajukan pertanyaan-pertanyaan; kedua, membantu dalam memberikan konsep-konsep dalam *grounded theory* kepersisan dan kespesifikasiannya.

2. Pengodean Berporos (*Axian Coding*)

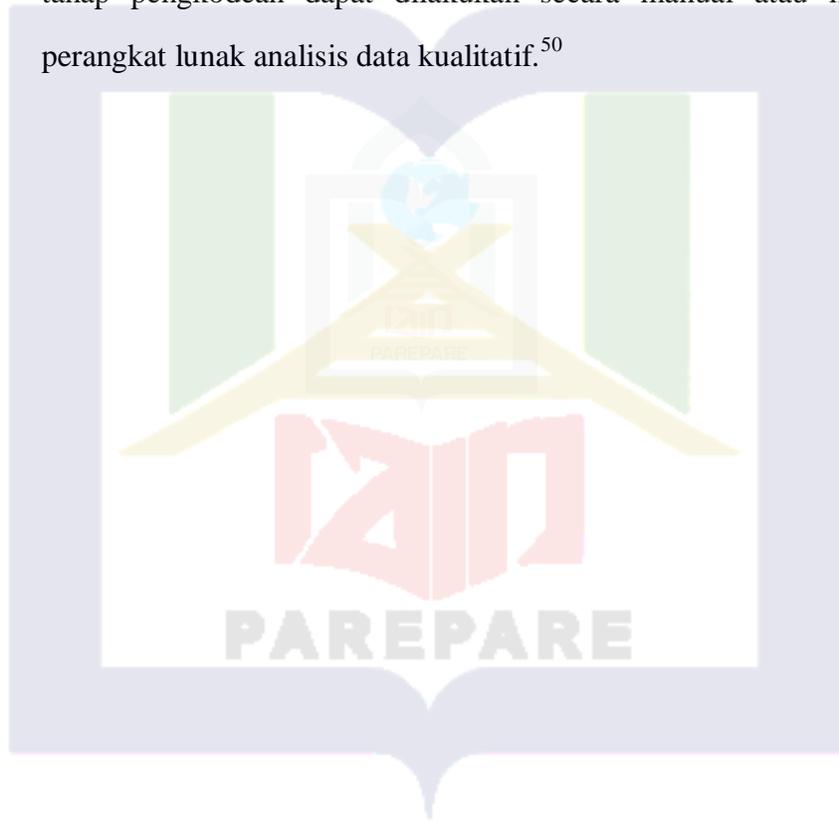
Pengodean berporos adalah peneliti mengidentifikasi suatu peristiwa, menyelidiki kondisi-kondisi yang menyebabkannya, mengidentifikasi setiap kondisi-kondisi, dan menggambarkan peristiwa tersebut. Pengodean poros harus menguji elemen seperti keadaan kalimat, interaksi diantara subjek, strategi, taktik, dan konsekuensi. Strauss dan Cobin (Emir, 2010) menyamakan proses ini untuk mencocokkan bagian-

⁴⁹ Azwardi, *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, (2018).

bagian dari pola yang masih teka-teki. Mereka berargumentasi bahwa dengan menjawab konsekuensi dari “*Who, When, Where, Why, How, And With*” peneliti dapat menceritakan struktur ke proses.

3. Pengodean Selektif (*Selective Coding*)

Pada tahap ini, peneliti sangat mungkin menemukan data dalam jumlah besar yang mengandung kategori dan hubungan antar kategori/subkategori yang banyak serta bervariasi sangat besar. Sedangkan tahap pengkodean dapat dilakukan secara manual atau menggunakan perangkat lunak analisis data kualitatif.⁵⁰



⁵⁰ Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Candi Gebang 1 No. 23)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Persaingan Usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng

Pada penelitian ini, penulis melakukan pendekatan kualitatif untuk mencapai hasil terkait dengan model persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng. Persaingan usaha adalah suatu usaha yang bersaing diantara para penjual untuk mendapatkan suatu keuntungan atau agar dapat memperoleh kemenangann dan hasil yang kompetitif. Dalam suatu persaingan para penjual sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, konsumen dan jumlah penjualan. Dalam hukum ekonomi islam persaingan usaha sebenarnya sehat, adil dan jujur, maka persaingan usaha itu diperbolehkan jika persaingan dilakukan secara sehat sesuai dengan syariat Islam.

Penemuan dari yang dilakukan oleh peneliti bisa dilihat dari hasil data wawancara terhadap pelaku usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng, sebagai berikut:

Tabel 4.1 Objek yang dipersaingkan

UMKM	Objek yang dipersaingkan	
	Narasi Wawancara	Koding
Hj. Atirah	Makanan-makanan yang dijual makanan yang kita bikin sendiri, bukan ji makanan yang bungkus-bungkus yang dibeli. Seperti bakso bakar, hotang bikin sendiri. Ada juga minuman yang kita bikin	Produk

	sendiri dari buah asli ji.	
Al-Ikhsan	Minuman yang dijual disini itu minuman yang kami bikin sendiri dari buah-buahan, makanan kami bikin sendiri dan ada juga dibeli yang kemasan-kemasan.	
Eva Susianti	Produk yang saya jual hanya minuman dari buah asli dan yang membedakan dengan yang lain saya ji sendiri yang menjual empek-empek disini. Kalau di bagian ujung sana mungkin semua sama jualannya orang. Kalau di ujung bersaing itu beli ini, beli juga yang itu. Kalau ada lagi ramai tempatnya na ikuti juga yang itu. Jadi bagian sanaitu persaingannya itu tdk sehat. Saya disini tidak mau ikut-ikutan.	
Al-Ikhsan	Harga yang kami terapkan itu sudah wajar sudah kami perhitungkan, dari segi barang dan buah-buahan dan juga bahan-bahannya kami sudah perhitungkan modal yang kami pakai dan menerapkan harga yang sesuai. Walaupun ada orang luar kami tetap menetapkan harga tidak kita ubah, karna prinsipnya siapa tau orang itu bukan cuman kali ini dia saja datang, mungkin 1 bulan atau 2 bulan dia akan datang lagi, jadi kita tetap jaga namanya itu.	Harga
Hj. Atirah	Saya menerapkan harga dengan jujur, karna saya lihat penjual-penjual disana sebagian kalau pengunjung baru, pendatang baru biasa dia kasi mahal, saya tidak	

	karna tuhan melihat kita. Karna pikiran ku ada tuhan, saya tidak begitu. Kan disinikan kebanyakan pengunjung dari luar daerah biasa saya lihat penjual lain dia kasi mahal.	
Nasyifah	Untuk masalah makanannya disini agak mengecewakan sih, karna dari segi kualitasnya kurang tapi harganya agak mahal menurut saya.	
Al-Ikhsan	Dimana pun tempat yang ditempatkan, tergantung dari rejeki kita masing-masing saya tidak memperlmasalahkan hal tersebut. Karena pembeli juga punya hak mau duduk disini atau mau duduk disana.	Tempat
Risna	Saya tidak permasalahan tempat, apalagi baru ka disini jadi tidak masalah tempatnya dimana, yang penting bisa ji saya jalani usaha ku.	
Hj. Atirah	Iyalah pasti, saya sendiri kalau biar bukan anakku, biar tua dari saya anak-anak semua. Karna itukan menghargai pelanggan, harus ki ramah dengan pelanggan kalau muka-muka cemberut di kasi orang pasti mi tidak kembali. Harus ki ramah menghadapi pembeli.	Pelayanan
Al-Ikhsan	Kita melayani pembeli itu dengan sistem emosional maksudnya kita dekati pembeli itu dengan berbagai macam cara, misalnya pesenannya selesai kita duduk bicara sama dia, bukan bilang orang datang duduk	

	pesan sudah selesai yah tidak. Kita harus ada namanya hubungan emosional antara konsumen dan penjual.	
Nur Islamiyah Idrus	Ya, menurut saya pelayanannya bagus, sopan dan ramah.	

Sumber Data: Wawancara Pelaku Usaha UMKM dan Konsumen.

Temuan tersebut didapatkan dari hasil wawancara terhadap pemilik usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng. Persaingan usaha yang dilakukan para pelaku UMKM untuk menarik hati konsumen untuk dapat membeli produknya. Para pelaku usaha saling bersaing untuk menawarkan produknya kepada calon pembeli, baik itu dari segi harga, kualitas, maupun pelayanannya. Biasanya para pelaku usaha akan saling mengungguli persaingan dalam usaha dengan membedakan harga, distribusi, kualitas produk, dan promosi.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng. UMKM merupakan bentuk kegiatan ekonomi masyarakat yang berskala kecil yang dapat memenuhi kebutuhan hidup setiap hari. UMKM di pelataran masjid agung darussalam terdapat banyak pelaku usaha sejenis maupun tidak sejenis, seperti penjual minuman instan maupun minuman dari buah asli, dan adapun makanan ringan dan berat. Banyak masyarakat yang berkunjung di taman kalong sekedar untuk menikmati pemandangan ataupun bermain di taman tersebut. Oleh karena itu, para pelaku usaha UMKM mengambil kesempatan untuk mendirikan usaha di Pelataran Masjid Agung Darussalam yang dekat dengan taman tersebut. Dalam

persaingan usaha terdapat tiga unsur, yaitu pihak-pihak yang bersaing, cara bersaing, dan objek yang dipersaingkan.

Dalam hal ini, dapat di lihat pada tabel 4.1 peneliti mengumpulkan data dari wawancara dengan beberapa pemilik usaha UMKM yang berada di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng dan hasil pengamatan. Berikut 3 unsur bentuk persaingan usaha yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Pertama, pihak-pihak yang bersaing merupakan pelaku usaha yang melakukan praktik perdagangan atau jual beli dengan sebaik mungkin seperti yang diajarkan oleh Nabi. Jadi, pihak-pihak yang bersaing di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng yaitu masyarakat Soppeng yang memiliki usaha UMKM, mulai dari penjual minuman instan seperti omi milo dan penjual minuman dari buah asli, adapun yang menjual makanan cepat saji, makanan berat dan makanan ringan.

Kedua, cara bersaing yang dimaksud disini yaitu bagaimana para pemilik usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng melakukan segala cara untuk memberikan pelayanan terbaik kepada usahanya, namun jangan membenarkannya dengan cara apa pun. Rasulullah saw., memberikan contoh bagaimana cara bersaing dengan baik. Dalam berdagang, Rasul tidak pernah melakukan upaya apa pun untuk menghancurkan menghancurkan lawan-lawannya.

Ketiga, objek yang dipersaingkan ada empat aspek yaitu produk, harga, pelayanan, dan tempat. Dari segi produk minuman instan, minuman buah asli dan makanan cepat saji, makanan ringan dan makanan berat. Dari segi harga

disini harga yang diterapkan sudah wajar sesuai dengan biaya yang sudah dikeluarkan pelaku usaha. Dari segi tempat disini yaitu tempat yang sudah disediakan oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan dan UKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng. Adapun dari segi pelayanan yang sopan, ramah dan berperilaku jujur terhadap pembeli.

1. Analisis Persaingan Usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu jenis pekerjaan yang sangat bermanfaat bagi masyarakat untuk yang ingin mendirikan suatu bisnis, khususnya di Kabupaten Soppeng. Hal ini terjadi karena kebutuhan perekonomian dan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat, oleh karena itu salah satu upaya Bupati Soppeng adalah menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi masyarakat melalui dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan dan UKM dengan menyediakan box-box jualan yang ditempatkan di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng.

Seperti pada umumnya para pelaku usaha pastinya berusaha yang terbaik untuk bersaing menarik pembeli dan datang ke tempatnya. Hal ini penting, karena jumlah pelaku usaha yang banyak mendirikan usaha dalam satu kawasan.

Segala aktivitas umat Islam, baik *vertical* maupun *horizontal*, diatur dengan peraturan sesuai dengan yang ditetapkan oleh Allah. Landasan setiap tindakan didasarkan pada sumber yang sah dari Al-Qur'an dan Hadist. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan

tindakan bathil. Namun, harus melakukan kegiatan persaingan usaha yang dilakukan berdasarkan kesepakatan bersama.⁵¹

Berdasarkan deskripsi wawancara yang terdapat pada data tabel sebelumnya, penulis menganalisis bahwa dalam persaingan usaha adalah persaingan antar pelaku usaha yang secara independen yang berusaha menarik konsumen atau pembeli dengan menawarkan harga yang kompetitif, harga yang wajar dengan kualitas barang dan jasa yang baik. Terdapat beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing, sebagai berikut:

a. Produk

Produk yang dipersaingkan baik barang maupun jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.⁵² Pelaku usaha menawarkan berbagai barang (produk) memuaskan para konsumennya. Jika sebagian pelaku usaha terkadang merasa iri dengan pelaku usaha lain yang lebih disukai oleh pembeli berarti ia tidak menyadarkan segala aktivitas usahanya pada Allah semata.

Produk yang menjadi persaingan di antara pelaku usaha sejenis ataupun tidak sejenis yaitu minuman instan dan minuman terbuat dari buah asli, adapun juga makanan ringan dan makanan

⁵¹ Putri Wita Stefhani, "Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling Dan Warung Sayur Di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)".

⁵² Adelina Nasution, "Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus IAIN Langsa (Perspektif UU No. 5 Tahun 1999 Dan Fiqh)," *TAQNN: Jurnal Syariah Dan Hukum* 1, No. 1 (2019).

berat. Produk yang dominan di pelaran masjid agung darussalam yaitu minuman buah dan makanan semacam gorengan.

Berdasarkan dari hasil wawancara, penulis dapat melihat bahwa pelaku usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng terdapat beberapa pelaku usaha yang merasa iri terhadap pelaku usaha lain yang disukai pembeli, artinya mereka tidak memusatkan seluruh kegiatan dagangnya hanya kepada Allag SWT.

b. Harga

Harga merupakan salah satu aspek yang perlu dikendalikan dan jika ingin memenangkan persaingan maka harga suatu produk harus kompetitif dan tidak bisa menurunkan harga besar-besaran dengan tujuan menjatuhkan para pesaingnya.⁵³ Setiap keputusan penetapan harga itu dapat menjadi faktor penentu tersendiri. Karena harga biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh pembeli pada saat akan melakukan pembelian suatu produk. Persaingan usaha yang terkait harga adalah hal yang wajar terjadi, hal ini dikarenakan faktor biaya produksi dan juga penjualan produk yang dominan sesama jenis usaha.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti menyampaikan bahwa bertransaksi, pelaku usaha UMKM memahami persaingan dari segi harga yang mereka gunakan berdasarkan besarnya modal yang dikeluarkan dan memahami bagaimana menarik pembeli untuk dapat datang kembali. Tetapi ada beberapa pernyataan berbeda dari informan

⁵³ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*. (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm.97

lainnya, hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa persaingan dalam segi harga yang dilakukan beberapa pelaku usaha adalah jenis persaingan tidak sehat, karena masih cenderung menerapkan harga yang tidak wajar. Dalam memenangkan persaingan usaha memang harga harus kompetitif, tetapi dalam hal ini juga penerapan harga harus wajar juga, disesuaikan dengan nilai yang kita keluarkan sebagai modal. Karna dalam persaingan bisnis, tidak diperkenankan membanting harga yang lumayan tinggi. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam surah An-Nisa [4]:29:

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman dalam:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Berdasarkan ayat tersebut, dijelaskan bahwa kita dilarang mengambil harta milik orang lain dengan cara yang salah (tidak batil), kecuali yang terjadi atas dasar kerelaan bersama.

c. Tempat

Tempat yang digunakan harus baik, bersih, sehat dan nyaman baik bagi pelaku usaha maupun konsumen yang hendak membeli. Apalagi tempat untuk melakukan aktivitas jual beli adalah hal penting

bagi pelaku usaha barang (produk) UMKM. Pelaku usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng.

Tempat untuk melakukan kegiatan usaha UMKM itu di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng dan di tempat itu dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan bekerja sama dengan UKM untuk menyediakan box-box untuk masyarakat yang ingin membangun usaha. Dari pengamatan peneliti, tempat yang disediakan tersebut termasuk strategi dan para pelaku usaha UMKM selalu menjaga kebersihan di tempat tersebut. Berdasarkan hasil wawancara, dapat dikatakan dalam persaingan tempat tidak ada yang memperlakukan.

Kekayaan yang kita miliki adalah anugerah dari Tuhan. Setiap jiwa mempunyai takdirnya masing-masing. Jadi intinya tidak akan tertukar dan tidak mungkin lari kemana-mana. Kalau bukan berkah, sekeras apa pun kita berusaha, kita tidak akan mendapatkannya. Begitupun sebaliknya jika memang sudah menjadi keberuntungan kita, maka akan datang dengan sendirinya. Manusia hanya mempunyai kewajiban untuk berusaha memanfaatkan hartanya semaksimal mungkin. Berbisnislah tanpa harus melanggar standar yang ada dan jangan pernah takut akan kekurangan harta atau kehilangan rejeki hanya karena dirasa telah diambil alih oleh pihak lain.⁵⁴ Sebagaimana dijelaskan didalam Q.S Al-Mulk (67)15:

⁵⁴ Erna, "Strategi Persaingan Bisnis Cafe Di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam).

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ دَلْوًا فَاْمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Terjemahnya:

Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan.⁵⁵

d. Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu hal yang penting dalam bisnis. Masyarakat harus melayani konsumen dengan baik dan sopan, namun tidak boleh terjerumus pada hal-hal yang dilarang. Konsep Islam mengajarkan bahwa ketika memberikan pelayanan dalam suatu usaha yang dikelola, baik dalam bentuk barang maupun jasa, seseorang tidak boleh memberikan layanan berkualitas buruk tetapi harus memberikan layanan berkualitas kepada pembeli. Pelaku usaha yang memberikan pelayanan yang baik sesuai syariah Islam tanpa menimbulkan perilaku maksiat, hendaknya terutama, antara lain dengan memeberikan pelayanan yang ramah, tidak menyakiti hati pembeli dengan kata-kata yang kasar dan mendekati pembeli dengan perkataan yang baik dan sopan.

Salah satu tindakan yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis untuk memuaskan pelanggan adalah tindakan dari suatu pelayanan. Islam menekankan pentingnya pelayanan dalam menjalankan bisnis.

⁵⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya, Al-Mulk: 15*.

Oleh karena itu, bisnis akan berhasil beroperasi dan berkembang apabila didukung dengan pelayanan yang terbaik.⁵⁶

Hasil dari data wawancara yang telah dilakukan peneliti, dapat dikatakan pada usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng, pelayanan yang diberikan kepada pembeli sebagian besar sudah baik, terbukti dari cara pelaku usaha dalam melayani pembeli. Dari hasil pantauan, meski pelayanan yang diberikan berbeda-beda, namun mereka tetap berusaha semaksimal mungkin.

B. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng

Berdasarkan penemuan yang dilakukan peneliti terdapat data wawancara yang telah dilakukan dan dirangkun dalam satu tabel, sebagai berikut:

Tabel 4.2 Data wawancara mengenai etika bisnis islam terhadap persaingan usaha.

Informan	Ringkasan Transkrip	Persaingan Usaha	Koding
Al-Ikhsan	Ya, karna semua kemasan itu adakan label halalnya toh, terus yang macam buah-buahan kita kan sudah yakin kalau itu semua halal. Dan disamping kita cari keuntungan, kita juga dapat persahabatan, istilahnya semakin	Persaingan kasatuan tauhid disini bisa di lihat bahwa semua pelaku usaha sudah menjamin produk yang	Kesatuan Tauhid

⁵⁶Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Cet.I, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 107

	gampang kita jalin silaturahmi kepada penjual lain, orang lain ataupun kerabat.	dimiliki halal, memilik kualitas produk bagus, dan	
Hj. Atirah	Harus dijaga kualitas jualan ta biasa itu kadang orang itu kalau laris mi na kurang-kurang mi, kalau saya tidak. Kalau perlu ditambah kualitasnya supaya orang tambah suka. Kalau disini tidak ada ji begitu.	juga tidak lupa tetap menjalin silaturahmi. Akan tetapi terdapat juga kualitas produk yang kurang bagus.	
Saheri	Dijamin halal, baru mau dibikin kartu halalnya oleh dinas semua penjual disini mau dibikinkan juga. Barang-barang disini sudah termasuk halal kan barang yang kami beli ini ada logo halalnya jadi sudah dijamin halal.		
Nasyifah	Untuk masalah makanan di salah satu penjual yang pernah saya datangi itu agak mengecewakan, karna segi kualitasnya kurang tapi harganya agak mahal menurut saya.		
Al-Ikhsan	Iya, sebenarnya nak masalah	Dalam hal	Keseimbangan

	<p>keadilan itu melayani pembeli kita sebenarnya berusaha semaksimalnya untuk ketertibkan yang mana duluan kita layani duluan akan tetapi kadang kita menyesuaikan dengan keadaan antara pembeli yang bungkus pulang dengan pembeli yang makan ditempat, jadi kalau memang ada pembeli yang ingin bungkus pulang terus ada juga yang makan ditempat, kadang kita layani sebagian yang makan ditempat terus kita beralih yang bungkus pulang. Karena prinsipnya walaupun bagaimana yang makan ditempat bisaji menunggu, pasti ji makan waktu lama ji juga jadi kita selingi mi saja begitu.</p>	<p>memberikan keseimbangan/ adil disini pelaku usaha memberikan pelayanan terbaik mereka kepada pembeli dengan adil, ramah dan sopan. Karna salah satu dari hal tersebut dapat membuat pembeli merasa nyaman dan akan berpikir untuk datang kembali.</p>	/Adil
	<p>Ya, kami layani semuanya dengan sepenuh hati, berbicara sopan ki sama pembeli, itumi supaya tertarik pelanggan karna</p>		

	kalau bagus ki sama pelanggan disitu mi nanti selalu datang.		
Saheri	Banyak memang penjual disini, kalau menjual disini ada yang mau tiruni ini (dagangan), mau toh jual begini terserah kamu, kan itu rezeki bukan sembarang dimana mau beli pembeli, biar tetangga ta mau jual begini (produk) terserah. Biar disini berdiri (pembeli) na tempat mu na suka tidak apa-apa. Kalau duduk diisini na ada mau na beli di tempat lain bebas kita tidak larang.	Untuk nilai kehendak bebas disini yaitu setiap usaha tidak berusaha untuk menghancurkan usaha yang lainnya. Masing-masing hanya berfokus pada usaha yang dimiliki.	Kehendak Bebas
Al-Ikhsan	Apapun namanya pekerjaan itu adalah persaingan, akan tetapi yang kita pakai disini adalah persaingan sehat, maksudnya bagaimana seumpa dia (pembeli) minta disini, dia pesan disini tapi kebetulan persiapan habis maka kita mintakkan sama tetangga atau kita tunjukkan oh disana ada		

	begitu		
Eva	Kalau mau beli yah beli, kalau tidak yah tidak saya tidak memaksa pembeli untuk membeli di tempat saya. Pembeli bebas mau beli dimana karna haknya ji juga		
Al-ikhshan	Tetap yang namanya konsumen atau pembeli itu adalah raja, sesuatu yang dia beli kemudian ada masalah seumpama segelkah terbuka atau bagaimana kita bertanggung jawab untuk mengatikannya.	Dalam hal perilaku bertanggung jawab, hal ini penting bagi setiap pelaku usaha karena akan	Tanggung Jawab
Hj. Atirah	Iyalah, biasa kalau ada orang salah maksudnya kalau ada orang pesan bukan yang dia pesan, baru anak-anak kasi yang lain bukan pesanannya, saya ganti. Malahan kalau ada minumannya tertumpah saya ganti, ganti cuma-cuma kasiakan juga orang-orang habis baru beli na belum pi na minum lalu tumpah atau sebelum na	menarik pembeli untuk menjadi pelanggannya dan menentukan masa depan bisnisnya.	

	<p>tentang jatuh lepas, bocor saya ganti semua. Malah tambah dikasi ki rezeki tuhan kalau ikhlas ki kasi orang saya tidak pelit, saya juga ajarkan sama anak-anak ku.</p>		
Hj. Atirah	<p>Jujur, saya menerapkan harga dengan jujur, karna saya lihat penjual-penjual disana sebagian kalau pengunjung baru, pendatang baru biasa dia kasi mahal, saya tidak karna tuhan melihat kita. Karna pikiran ku ada tuhan, saya tidak begitu. Kan disinikan kebanyakan pengunjung dari luar daerah biasa saya lihat penjual lain dia kasi mahal.</p>	<p>Dalam prinsip ini terdapat beberapa palaku usaha melakukan kecurangan dalam penetapan harga dan tidak sesuai produk asli dengan yang di pajang.</p>	<p>Kebajikan dan Kejujuran</p>
Anisa Fakhira	<p>Menurut yang saya alami kadang yang saya pesan sesuai yang tertera di menu dan juga kadang tidak sesuai gambar yang na pajang sama pesanan yang saya pesan</p>		
Nurul Magfirah	<p>Ya, saya beberapa kali datang di tempat ini pernah mengalami hal</p>		

	tersebut. Dari hal gambar yang dipajang begitu menggiurkan dan kelihatan lezat, tetapi ketika pesanan itu datang itu tidak terlihat sama yang dipajang tidak sesuai begitu, ada sedikit kecewa yang saya rasa, tetapi kau rasanya yah lumayan lah.		
--	--	--	--

Sumber: Wawancara Pelaku Usaha UMKM dan Konsumen.

Dari hasil temuan yang telah peneliti kumpulkan melalui data wawancara yang terdapat diatas, bahwa hampir semua pelaku usaha UMKM sudah menerapkan etika bisnis islam dalam usahanya dengan baik. Dapat di lihat pada tabel 4.2. dalam kegiatan bisnis atau usaha yang sesuai dengan syariat Islam, produk yang dijual harus mempunyai kualitas yang baik dan merupakan produk yang layak dan halal untuk dikonsumsi.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti menyatakan bahwa semua pelaku usaha sudah menjamin produk yang diperjual belikan itu sudah termasuk halal. Apalagi dari pernyataan salah satu pelaku usaha menyatakan bahwa akan ada kartu halal untuk semua pelaku usaha yang berada di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng yang sedang dalam proses pembuatan. Semua produk tersebut jelas asal usulnya dalam artian bersumber dari hal-hal yang *halalan-thayyiban*.

Etika bisnis Islam adalah perilaku bisnis yang etis berdasarkan nilai-nilai syariah yang mengutamakan halal dan haram, yang mengikuti perintah dan menjauhi larangan Allah SWT. Artinya etika bisnis Islam memberikan

pengetahuan tentang adat istiadat, budaya dan etika yang berkaitan dengan bisnis. Tidak perlu khawatir dengan berbisnis karena dianggap etis, bermoral dan bernilai baik.

Meskipun Islam membolehkan bisnis dan mendorong kegiatan ekonomi, Islam mengizinkan persaingan usaha selama masih dalam batas wajar dan sesuai dengan hukum Islam. Islam tidak ikut campur dalam operasional bisnis dengan menentukan produk tertentu dan harga tertentu. Islam memberikan kebebasan bagi pelaku usaha selama tindakan bisnisnya tidak merugikan orang lain.

Dalam kegiatan bisnis atau usaha yang sesuai dengan syariat Islam, pelaku usaha perlu untuk menerapkan prinsip etika bisnis Islam, diantaranya prinsip kesatuan tauhid (*Unity*), keseimbangan/Adil (*Equilibrium*), kehendak bebas (*Free Will*), tanggung jawab (*Responsibility*), dan kebenaran (Kebajikan dan kejujuran).

1. Kesatuan Tauhid (*Unity*)

Prinsip tauhid merupakan prinsip dasar seluruh ajaran Islam. Tauhid adalah dasar dari semua konsep dan aktivitas umat Islam, baik dari segi ekonomi, politik, solusi dan budaya. Dalam Al-Qur'an surah disebutkan bahwa tauhid merupakan filsafat dasar ekonomi Islam. Hakikat tauhid adalah penyerahan diri kepada yang bulat kepada kehendak ilahi, baik dalam beribadah maupun muamalah, dalam rangka menciptakan pola kehidupan yang sesuai dengan kehendak Tuhan.⁵⁷

⁵⁷ Muh. Izza, *Ekonomi Mikro Pendekatan Ideologis Islam* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021), hlm. 169.

Prinsip kesatuan tauhid merupakan hubungan antara manusia dan yang Maha Esa, baik menyangkut ibadah maupun muamalah. Sebagai umat Islam dalam menjalankan usaha, apabila waktu shalat tiba maka diwajibkan meninggalkan pekerjaan dan segera melaksanakan shalat. Demikian juga beberapa pelaku usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng, apabila waktu shalat tiba merekapun menunaikan shalat dan adapun yang juga menunda terlebih dahulu untuk melayani pembeli setelah itu melaksanakan shalat.

Berdasarkan dari data hasil wawancara, dikatakan bahwa persaingan terhadap kasatuan tauhid disini bisa di lihat bahwa pelaku usaha sudah menjamin produk yang dimiliki halal, memiliki kualitas produk bagus, dan juga terdapat kualitas tidak bagus. Adapun pernyataan salah satu pelaku usaha kita tidak lupa tetap menjalin yang namanya silaturahmi.

Adapun dari pengamatan peneliti terlihat bahwa para pelaku usaha lebih memperhatikan pemenuhan kewajibannya kepada Allah SWT, karena jika pelaku usaha mematuhi aturan yang sesuai dengan etika bisnis Islam, dengan melaksanakan kegiatan tersebut mereka akan mendapat keberkahan dari Allah SWT.

Akan tetapi terdapat beberapa responden menyampaikan pernyataan pada saat diwawancara bahwa dari beberapa pelaku usaha yang ada di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng masih ada yang tidak menjalankan prinsip kesatuan tauhid yang merupakan salah satu prinsip etika bisnis Islam dan kewajiban kita sebagai umat muslim. Dapat kita pahami bahwa konsep tauhid ini mengajarkan bahwa segala sesuatu

bermula dari Allah, bertujuan akhir kepada Allah, dengan menggunakan sarana dan sumber daya yang sesuai dengan hukum Allah. Oleh karena itu, untuk menerima keberkahan Allah, ingatlah sebagai seorang muslim menjalankan kewajiban adalah kewajiban hamba kepada tuhan dan jangan mengabaikan perintah Allah SWT. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Jasiyah [45]:18

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

Terjemahnya:

Kemudian, Kami jadikan engkau (Nabi Muhammad) mengikuti syariat dari urusan (agama) itu. Maka, ikutilah ia (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui.⁵⁸

2. Keseimbangan/Adil (*Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) adalah prinsip konsumsi dengan berpindah antara ambang batas bawah dan ambang batas atas dari ruang gerak konsumsi yang diperbolehkan dalam Islam (*mustawwa al-kifayah*). Islam sangat menganjurkan praktik keadilan dalam bisnis dan melarang penipuan atau tindakan diktator.⁵⁹ Keseimbangan dalam transaksi misalnya, adalah transaksi yang setara, adil, wajar dan seimbang. Dalam bisnis Islam mengharuskan dalam menegakkan prinsip keadilan seperti dalam Q.S Al-Ma'idah (6):8.

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

⁵⁸ Departemen agama RI, *Al-Quran dan Terjemehannya, Al-Jasiyah: 18*.

⁵⁹ Nur Dinah Fauziah, *et al.*, eds., *Etika Bisnis Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2019), hlm. 12

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ الْعَدْلُ ۗهُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.⁶⁰

Melalui wawancara dengan pemilik usaha UMKM, kita dapat melihat bagaimana kita bisa bersikap adil terhadap pembeli, terutama ketika pemilik usaha melayani pembeli secara adil. Selain itu, perwujudan keseimbangan harus dicapai seperti menjaga hubungan baik dengan para pelaku usaha lain dan warga tanpa menimbulkan konflik atau perkelahian.

3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Prinsip kehendak bebas merupakan elemen penting dalam nilai etika bisnis Islam dan tidak meremehkan kepentingan kolektif. Konsep Islam memahami bahwa bisnis dapat memainkan peran produktif dalam kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku apabila terjadi persaingan bebas dapat berlangsung secara efektif dan tanpa campur tangan pihak manapun.

Berdasarkan beberapa wawancara, peneliti menemukan bahwa berdasarkan prinsip kehendak bebas, setiap usaha tidak berusaha untuk menghancurkan usaha yang lainnya. Masing-masing dari mereka fokus pada aktivitasnya. Kehendak bebas tidak lepas dari persaingan komersial dalam Islam, Allah SWT melarang persaingan usaha bebas dengan menghalalkan

⁶⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya, Al-Maidah: 8.*

segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam muamalah.

Sebagaimana ditulis dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah [2]:188:

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ
تَعْلَمُونَ

Terjemahnya:

Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.⁶¹

4. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Prinsip tanggung jawab (*Responsibility*) merupakan suatu prinsip dinamis yang berkaitan dengan perilaku manusia. Dalam etika bisnis Islam, tanggung jawab adalah pelaksanaan kehendak bebas, tanggung jawab dan akuntabilitas untuk mencapai keadilan dan persatuan. Harus mempertanggungjawabkan apa yang dilakukan pengusaha itu, baik itu perdagangan, memproduksi, jual beli barang dan lain sebagainya. Sebagaimana yang ditulis dalam Al-Qur'an surah Al-Muddasir [74]:38

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Terjemahnya:

“Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah ia lakukan”⁶²

Dalam menjalankan suatu usaha, setiap pelaku usaha harus dapat menjadi teladan bagi yang lain, yaitu mampu memikul tanggung jawab dan

⁶¹ Departemen agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya, Al-Baqarah:188*.

⁶² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya, Al-Muddasir:18*.

memanfaatkan peluang sesuai dengan tanggung jawab pemiliknya, salah satunya adalah memastikan bahwa usaha tersebut berjalan dengan lancar sehingga pelanggaran etika bisnis tidak terjadi.

5. Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)

Prinsip kebenaran merupakan prinsip etika bisnis Islam yang sangat bersifat protektif dan preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian bagi pihak-pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis. Selain mengandung makna kebenaran, juga mengandung unsur keutamaan dan kejujuran. Bukan sekedar kebenaran, tapi juga mencakup unsur keutamaan dan kejujuran pada niat, sikap, dan perilaku yang benar termasuk proses mencari atau memperoleh barang dan usaha untuk menentukan keuntungan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an dalam surah Al-Muṭaffifin [83]:3:

Allah STW berfirman:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ (۱) الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (۲) وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَرَّوهُمْ يُخْسِرُونَ (۳)

Terjemahnya:

“Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)!. (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.”⁶³

Para pelaku usaha di pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng menjunjung tinggi kejujuran. Pelaku usaha harus ikhlas, bersahabat dengan pembeli dan selalu berperilaku jujur dalam kegiatan usahanya.

⁶³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya, Al-Muṭaffifin:1-3*.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti melihat bahwa dalam prinsip kebenaran atau kejujuran dari segi penerapan harga itu ada beberapa pelaku usaha telah menerapkan prinsip tersebut tetapi ada juga pelaku usaha masih berperilaku tidak jujur. Adapun dari segi gambar dan kualitas produk. Dari hal ini dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap pelaku usaha, jika pembeli tidak percaya lagi terhadap produk pelaku usaha itu akan berdampak pada bisnis usaha, seperti pembeli akan berpikir dua kali untuk datang kembali di tempat tersebut, hal ini dapat memicu penurunan pendapatan dalam bisnis yang dimiliki. Nabi Muhammad menjunjung tinggi arti kebenaran atau kejujuran, Nabi berpesan kepada umatnya untuk jujur dalam segala aktivitasnya. Menurut Nabi, kejujuran akan membawa kebajikan dan sebaliknya kebohongan akan membawa keburukan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini, peneliti dapat mengambil simpulan, bahwa:

1. Persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng meliputi empat aspek yaitu produk, harga, tempat dan pelayanan. Persaingan dari segi produk diantaranya para pelaku usaha sudah menjamin kualitas produknya, tetapi terdapat beberapa pelaku usaha merasa iri terhadap pelaku usaha lainnya dikarenakan produk pelaku usaha lebih laris dari pada produknya. Persaingan terkait dari segi harga yang terjadi pada usaha UMKM adalah hal yang wajar terjadi, akan tetapi penentuan harga yang diterapkan dari beberapa pelaku usaha itu hal yang tidak wajar karena membanting harga yang lumayan tinggi. Persaingan dari segi tempat para pemilik usaha UMKM tidak begitu belomba-lomba untuk mendapatkan tempat, karena semua tempat yang ditempati oleh pelaku usaha sudah layak dan strategis. Persaingan terkait dari segi pelayanan yang diberikan kepada pembeli mayoritas baik, terbukti dengan bagaimana pelaku usaha dalam melayani pembeli seperti dengan memberikan ramah, tidak berkata kasar, sapaan dan senyum. Dari hasil pengamatan meskipun pelayanan yang diberikan berbeda-beda, akan tetapi mereka berusaha yang terbaik.
2. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng masih belum

sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam ialah prinsip kesatuan (*Unity*), prinsip kebajikan; kejujuran dan yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam terdapat pada prinsip keseimbangan (*Equilibrium*), kehendak bebas (*Free Will*) dan tanggung jawab (*Responsibility*). Prinsip etika bisnis Islam meliputi kesatuan tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran/kejujuran.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng adalah sebagai berikut:

1. Bagi para pelaku usaha UMKM yang terdapat di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng diharapkan dalam menjalankan usahanya dapat berjalan sesuai dengan syariat Islam yaitu segala hal yang dilakukan tidak bertentangan dengan Islam, selain itu dalam persaingan usaha, diharapkan dapat bersaing secara sehat.
2. Untuk penuli sendiri semoga skripsi yang penulis tulis dapat menjadika khazanah keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait ekonomi syariah. Semoga juga memberi manfaat kepada bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al Karim

- Anoraga, Panji. 1997. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Agustinova, Danu Eko. 2015. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Candi Gebang 1 no. 23.
- Aprianto, Iwan, *et al.*, eds. 2020. *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arifin, Johan. 2019. *Etika Bisnis Islam*, Cet, 1. (Semarang: Walisongo Press).
- Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Azwardi. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Badroen, Faisal, *et al.*, eds. 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Dinah, Nur Fauziah, *et al.*, eds. 2019. *Etika Bisnis Syariah*. Malang: Li2terasi Nusantara.
- Endang, Arelina Trihastuti. *Etika Bisnis Islam*. 2021. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.
- Erna. "Strategi Persaingan Bisnis Cafe Di Kota ParePare (Analisis Etika Bisnis Islam)." *Skripsi. Parepare: IAIN Parepare*, (2018).
- Fakhry, H Zamzam dan Haviz Aravik. 2020. *Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.
- Hamdani. 2020. *Mengenal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hasan, Alwi. 2010. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Hasanah, Nurmalia, *et al.*, eds. 2019. *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Idri. 2015. *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana.
- Indrajaya, Brian. "Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karang Lewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam." *Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto*, (2019).
- Izza Muh. 2021. *Ekonomi Mikro Pendekatan Ideologis Islam*. Pekalongan: PT Nasya Explanding Management.
- J, Lexi Moleong. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja: Rosda

Karya.

- Khoirunnisa, Istiqomah. “Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian Di Johar Trade Mall Semarang.” *Skripsi. Semarang: UIN Walisongo Semarang*, (2022).
- Marista, Dina. “Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam,” (2018).
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004.
- Nasution, Adelina. “Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus IAIN Langsa (Perspektif UU No. 5 Tahun 1999 Dan Fiqh).” *TAQNN: Jurnal Syariah Dan Hukum* 1, No. 1 (2019).
- Rosmaya, *et al.*, eds. 2022. *Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pabbagang Di Desa Palembang Kabupaten Pinrang*. Parepare: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
- Rumandi Ahmad, *et al.*, eds. 2019. *Fikih Persaingan Usaha*. Jakarta: Laspesdan PBNU.
- Saekan, Muhammad. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- Saifullah, Muhammad. “Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah.” *Walisongo* 19 (2011): 127–56.
- Stefhani, Putri Wita. “Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling Dan Warung Sayur Di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur).” *Progress in Retinal and Eye Research* 561, no. 3 (2019).
- Umiatun, Sri Andayani, *et al.*, eds. 2022. *Konsep Dasar Etika Bisnis (Batam: Cendikia Mulia Mandiri*.
- Zubair, Muhammad Kamal. 2020. *Implementasi Etika Bisnis Islam*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Zubair, Muhammad Kamal. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, (2020).



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p>
	<p>VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI</p>

NAMA MAHASISWA : Rahma Bursinuddin
 NIM : 19.2400.104
 FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam
 PRODI : Ekonomi Syariah
 JUDUL : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng.

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara kepada pelaku usaha UMKM yang berada di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten soppeng.

1. Menurut bapak/ibu apakah produk yang diperjual belikan sudah dijamin kehalalannya?
2. Apakah bapak/ibu dalam melakukan aktivitas menjual tidak lupa untuk melaksanakan ibadah?
3. Bagaimana pendapat bapak/ibu pada saat melayani beberapa pembeli apakah

sudah merasa adil?

4. Apakah bapak/ibu memaksa pembeli untuk datang membeli produk di tempat anda?
5. Bagaimana tanggapan bapak/ibu ketika terdapat pembeli yang sedang membeli barang tetapi cacat atau tidak sesuai keinginan, apakah bisa dipertanggungjawabkan jika hal tersebut terjadi?
6. Apakah bapak/ibu jujur dalam menerapkan harga dan mengembalikan kembalian?
7. Apakah bapak/ibu sudah berikap amanah dalam menjalankan usaha anda?
8. Apakah gambar yang dipajang bapak/ibu sudah sesuai dengan produk aslinya?
9. Apakah bapak/ibu melakukan persaingan usaha yang sehat?
10. Apakah bapak/ibu dalam melayani pembeli dengan sepenuh hati?
11. Bagaimana strategi bapak/ibu dapat menarik pembeli untuk datang ke tempat bapak/ibu?
12. Apa keunggulan yang terdapat dalam produk bapak/ibu dibandingkan pelaku usaha yang menjual produk sejenis?

Wawancara untuk konsumen atau pembeli yang berkunjung di pelataran masjid agung darussalam kabupaten soppeng.

1. Apakah anda pernah melihat para pelaku usaha sudah menerapkan etika bisnis Islam dalam usahanya?
2. Ketika anda sedang membeli di salah satu pelaku usaha, dan memilih salah satu menu yang terdapat gambaran makanan atau minuman. Apakah pesanan yang anda pesan sudah sesuai dengan gambar yang tertera? Bagaimana pendapat anda?
3. Apakah anda sebagai pembeli sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha?

4. Apakah anda pernah komplain kepada pelaku usaha tentang apabila jika ada ketidaksesuaian dengan pesanan yang dipesan?
5. Apakah anda pernah mendapat paksaan dari pelaku usaha untuk membeli produknya

Parepare, 25 November 2023

Pembimbing Utama

Mengetahui,
Pembimbing Pendamping

(Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.) (Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA.)
NIP. 19730129 200501 1 004 NIP. 19880701 201910 0 307



Lampiran 2

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

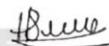
Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Saheri
Tempat/Tanggal Lahir : Macdemlombo, 1950
Agama : Islam
Pekerjaan : Penjual

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Rahma Bursinuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Soppeng, 16 Desember 2023
Yang diwawancarai



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : EVA SUSANTI
Tempat/Tanggal Lahir : KENDARI 22-08-1989
Agama : ISLAM
Pekerjaan : WIRUSAHA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Rahma Bursinuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Soppeng, 16 Desember 2023

Yang diwawancarai


.....

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

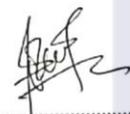
Nama : Al Ikhlan S. Pd., SE
Tempat/Tanggal Lahir : Mong, 31 Maret 1983
Agama : Islam
Pekerjaan : Pengawal

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Rahma Bursinuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Soppeng, 11 Desember 2023

Yang diwawancarai



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : NUR ISLAMIAH IDEUS
Tempat/Tanggal Lahir : CENHAE / 03 SEPTEMBER 2001
Agama : ISLAM
Pekerjaan : MAHASISWA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Rahma Bursinuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Soppeng, 16 Desember 2023

Yang diwawancarai



NUR ISLAMIAH IDEUS

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : RISNA
Tempat/Tanggal Lahir : SOPENG 2-9-2005
Agama : ISLAM
Pekerjaan : PENJUAL ORNAMEN

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Rahma Bursinuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Soppeng, 11 Desember 2023

Yang diwawancarai



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : ASMI
Tempat/Tanggal Lahir : SERO / 9 OKTOBER 2001
Agama : ISLAM
Pekerjaan : PEGAWAI ALFA

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Rahma Bursinuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Soppeng, 16 Desember 2023
Yang diwawancarai


ASMI

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

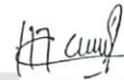
Nama : Anisa Fakhira
Tempat/Tanggal Lahir : Soppeng, 25 Juni, 2007
Agama : Islam
Pekerjaan : Siswa

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Rahma Bursinuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Soppeng, 11 Desember 2023

Yang diwawancarai



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Miftahul Jannah
Tempat/Tanggal Lahir : Soppeng - 11 - february - 2008
Agama : Islam
Pekerjaan : penjual

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Rahma Bursinuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Soppeng, 11 Desember 2023
Yang diwawancarai



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

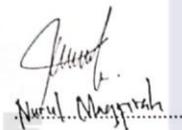
Nama : Nurel Magfirah
Tempat/Tanggal Lahir : Celongge Soppeng, 9 Oktober 2005
Agama : Islam
Pekerjaan : Pelajar

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Rahma Bursinuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Soppeng, 17 Desember 2023

Yang diwawancarai


Nurel Magfirah

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nasysfah
Tempat/Tanggal Lahir : Botto, 04 September 2001
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Rahma Bursinuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Soppeng, 17 Desember 2023

Yang diwawancarai


.....Nasysfah.....

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hj. Atrah
Tempat/Tanggal Lahir : Cabengge, 28 Desember 1968
Agama : Islam
Pekerjaan : Wiratrustu

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Rahma Bursinuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Soppeng, 11 Desember 2023

Yang diwawancarai



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Suci Dwi Ramadhani
Tempat/Tanggal Lahir : 02 Juli 2007
Agama : Islam
Pekerjaan : Pelajar

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **Rahma Bursinuddin** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Soppeng, 11 Desember 2023

Yang diwawancarai



PAREPARE

Lampiran 3



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-6188/In.39/FEBI.04/PP.00.9/11/2023 27 November 2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI SOPPENG
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. SOPPENG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : RAHMA BURSINUDDIN
Tempat/Tgl. Lahir : CELLENGE, 31 Desember 2000
NIM : 19.2400.104
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : DESA GANRA, KEC. GANRA, KAB. SOPPENG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI SOPPENG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN USAHA UMKM DI PELATARAN MASJID AGUNG DARUSSALAM KABUPATEN SOPPENG

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Nopember sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Lampiran 4



SRN CO0005153

PEMERINTAH KABUPATEN SOPPENG
DINAS PENANAMAN MODAL, PELAYANAN TERPADU SATU PINTU,
TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI
Jl. Salotungo No. 2 Tlp. 0484 - 23743 Watansoppeng 90812

IZIN PENELITIAN
Nomor : 421/IP/DPMPNT/XI/2023

DASAR 1. Surat Permohonan **RAHMA BURSINUDDIN** Tanggal **30-11-2023**
2. Rekomendasi dari **BAPPELITBANGDA**
Nomor **379/IP/REK-T.TEKNIS/BAP/XII/2023** Tanggal **04-12-2023**

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : RAHMA BURSINUDDIN
UNIVERSITAS/ LEMBAGA : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PARE-PARE
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
ALAMAT : GANRA, DESA GANRA, KEC. GANRA
UNTUK : melaksanakan Penelitian :

JUDUL PENELITIAN : TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN USAHA UMKM DI PELATARAN MASJID AGUNG DARUSSALAM KABUPATEN SOPPENG

LOKASI PENELITIAN : PELATARAN MASJID AGUNG DARUSSALAM KABUPATEN SOPPENG

JENIS PENELITIAN : KUALITATIF
LAMA PENELITIAN : 02 Desember 2023 s.d 02 Januari 2023

Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung dan dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Ditetapkan di : Watansoppeng
Pada Tanggal : **05 Desember 2023**
An. BUPATI SOPPENG
KEPALA DINAS



ANDI DHAMRAH, S.Sos, M.M
Pangkat : PEMBINA UTAMA MUDA
NIP : 19700815 199803 1 007

Biaya : Rp. 0,00

Catatan :
■ UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 'Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah.'
■ Dokumen ini telah didaftarkan secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
■ Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan melakukan scan pada **QR Code**



Balai
Sertifikasi
Elektronik

Lampiran 5



PEMERINTAH KABUPATEN SOPPENG
DINAS PERDAGANGAN PERINDUSTRIAN KOPERASI
DAN USAHA KECIL MENENENGAH
 Jl. PASAR LOLLOE KEL. LALABATA RILAU KEC. LALABATA TELP. (0484) 252028 WATANSOPPENG 90812

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
 Nomor : 57 /SKet/SET1-PPKUKM/I/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **ANDI AGUSALIM, S.STP, M.Si**
 NIP : 19820801 200112 1 002
 Jabatan : Kepala Dinas
 Satuan Kerja : Dinas Perdagangan Perindustrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : **RAIHMA BURSINUDDIN**
 Universitas/Lembaga : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pare-Pare
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Alamat : Ganra, Desa Ganra, Kec. Ganra Kab. Soppeng

Telah benar-benar melaksanakan penelitian pada Dinas Perdagangan Perindustrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kab. Soppeng dengan judul penelitian sebagai berikut :
 Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM di Pelataran Mesjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng.

Yang bersangkutan telah memberikan kontribusi yang baik dan selama melaksanakan penelitian tidak pernah melakukan tindakan yang merugikan Kantor.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Watansoppeng, 15 Januari 2024



ANDI AGUSALIM, S.STP, M.Si
 Kepala PPKUKM
 Nip : 19820801 200112 1 002

Lampiran 6

DOKUMENTASI







BIODATA PENULIS



Rahma Bursinuddin, lahir di Soppeng Cellengge pada tanggal 31 Desember 2000. Merupakan anak dari pasangan Bapak Bursinuddin dan Ibu Kasmawati. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2013 lulus dari SDN 77 Ganra 1. Kemudian melanjutkan ke SMP Pergis Ganra dan lulus pada tahun 2016. Lanjut ke MA Pergis Ganra dan lulus pada tahun 2019. Setelah itu, penulis kuliah di IAIN Parepare, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, prodi Ekonomi Syariah. Pada semester akhir yaitu 2024, penulis telah menyelesaikan skripsinya yang berjudul *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha UMKM Di Pelataran Masjid Agung Darussalam Kabupaten Soppeng*.