

**SKRIPSI**  
**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM**  
**PENINGKATAN DAYA SAING PEDAGANG SANDAL DAN**  
**SEPATU (STUDI KASUS PASAR LAKESSI)**



**OLEH**

**DEAYULI ASHARI**

**NIM : 19.2400.086**

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

**2023**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM  
PENINGKATAN DAYA SAING PEDAGANG SANDAL DAN  
SEPATU (STUDI KASUS PASAR LAKESSI)**



**OLEH  
DEAYULI ASHARI  
NIM. 19.2400.086**

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 Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE  
2023**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Proposal Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam  
Dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang  
Sandal dan Sepatu (Studi Kasus Pasar Lakessi)

Nama Mahasiswa : Deayuli Ashari

Nim : 19.2400.086

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam  
Nomor:B.1782/In.39.8/PP.00.9/05/2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Firman, M.Pd.

NIP : 19650220 200003 1 002

Pembimbing Pendamping : Dr. H.Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I.

NIP : 19700627 200501 1 005

Mengetahui:

  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Muzdanah Muhammadun, M.Ag.  
NIP 19710208 200112 2 002

## PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang Sandal dan Sepatu (Studi kasus Pasar Lakessi)

Nama Mahasiswa : Deayuli Ashari

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2400.086

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam NO. B.1782/In.39.8/PP.00.9/05/2022

Tanggal Kelulusan : 31 Juli 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Firman, M.Pd.

(Ketua)



Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I.

(Sekretaris)



Rusnaena, M.Ag.

(Anggota)



Umaima, M.E.I.

(Anggota)



Mengetahui:



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
 الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَا بَعْدُ

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT. yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang Sandal dan Sepatu (Studi Kasus Pasar Lakessi)” dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi Junjungan kita yakni Nabi Muhammad Saw., Khatamun Nabiyyin, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumul qiyamah*.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada orangtua saya Ayahanda Jasmin dan Ibunda Ariati, yang telah membesarkan, mendidik, dan mendoakan saya dengan tulus, sehingga saya diberi kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik di waktu yang tepat. Penulis telah banyak menerima bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. Firman, M.Pd, dan bapak Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. Selaku pembimbing utama dan pembimbing pendamping, atas segala bantuan dan bimbingan yang diberikan, penulis ucapkan terimakasih.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan, menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hannani M.Ag. Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
4. Ibu Umaima, M.E.I. Penasihat Akademik khusus untuk penulis atas arahnya sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
5. Bapak dan Ibu penguji skripsi yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Bapak dan Ibu dosen dan seluruh staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menjalani perkuliahan dan membantu serta memberikan informasi terkait dengan penelitian.
7. Keluarga yang selama ini selalu mendoakan dan memberikan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman saya yang selalu memberikan semangat dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga karya ilmiah skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta dipergunakan sebagaimana semestinya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Deayuli Ashari  
NIM : 19.2400.086  
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 24 Juli 2001  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam  
Peningkatan Daya Saing Pedagang Sandal  
dan Sepatu (Studi Kasus Pasar Lakessi)

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

Parepare Mei 2023

Penyusun



Deayuli Ashari  
19.2400.086

## ABSTRAK

Deayuli Ashari, *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang Sandal dan Sepatu (Studi Kasus Pasar Lakessi)*. (Dibimbing oleh Firman dan H. Mukhtar Yunus)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan zaman yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang semakin pesat sehingga menimbulkan persaingan bisnis yang tinggi. Terutama pada pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi karena tempat yang saling berdekatan dengan pedagang sejenis dan banyaknya barang yang sama dengan merk yang sama dan harga yang cukup bersaing, sehingga rentan menimbulkan persaingan yang kurang sehat

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam peningkatan daya saing pedagang dan untuk mengetahui apa yang mempengaruhi perilaku pedagang sandal dan sepatu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi dan pengumpulan data menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan wawancara. Adapun teknik yang digunakan dalam menganalisis data yaitu dengan cara reduksi data, *display* data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi telah menerapkan etika bisnis Islam dengan baik dan mampu meningkatkan daya saing dengan meneladani empat prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab dalam bentuk berupa pelayanan yang ramah, sopan terhadap siapa saja baik sesama pedagang dan pembeli, bermurah hati, jujur dan adil, menetapkan harga yang layak, dan berkeyakinan Allah Swt adalah pengatur rezeki. Adapun faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang yaitu: faktor pengetahuan agama dan faktor pengalaman.

**Kata kunci: Perilaku Pedagang, Etika Bisnis Islam, Daya Saing,**

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	iii
PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiii
<b>BAB I 1</b>	
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah .....</b>	<b>4</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>5</b>
<b>D. Kegunaan Penelitian.....</b>	<b>5</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
A. Tinjauan Penelitian Relevan .....	6
B. Tinjauan Teoritis.....	8
C. Tinjauan Konseptual .....	31
D. Kerangka Fikir .....	33
<b>BAB III .....</b>	<b>34</b>

METODE PENELITIAN.....	34
A. Pendekatan Dan Fokus Penelitian.....	34
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	35
C. Fokus penelitian.....	35
D. Jenis dan Sumber Penelitian .....	35
F. Uji Keabsahan Data .....	37
G. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV .....	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	41
A. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang .....	41
1. Nilai Tauhid .....	41
2. Kesimbangan (adil).....	45
3. Nilai Kehendak Bebas.....	48
4. Nilai Tanggung Jawab .....	51
B. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang di Pasar Lakessi .....	53
1. Faktor Agama.....	53
2. Faktor Pengalaman.....	54
BAB V .....	60
PENUTUP.....	60
A. Simpulan .....	60
B. Saran .....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	62
LAMPIRAN.....	65
PEDOMAN WAWANCARA.....	69

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Krangka Pikir	40



**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>No. Lam piran</b>	<b>Judul Lampiran</b>	<b>Keterangan</b>
1	Surat izin melaksanakan penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Terlampir
2	Surat rekomendasi melakukan penelitian dari Dinas Penanaman Modal Terpadu satu pintu Kota Parepare	Terlampir
3	Surat keterangan telah meneliti dari Dinas Perdagangan	Terlampir
4	Surat Keterangan Wawancara	Terlampir
5	Foto Dokumentasi	Terlampir



## TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

### 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	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 di bawah)
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

ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet ((dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	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 di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(‘).

b. Vokal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-------	------	-------------	------

ا	Fathah	A	A
ا	Kasrah	I	I
ا	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
يَـ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وَـ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

لَوْحٌ : ḥaula

c. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupakan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
يَـ / اَـ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِـ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُـ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَامَ : ramā

لَيْقًا : *qīla*

يَامُوتُ : *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*

لِقَاضِيَةِ الْمَدِينَةِ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

تَمَكُّلًا : *al-hikmah*

#### e. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

رَبَّانٍ : *Rabbanā*

نَجَّيْنًا : *Najjainā*

حَقًّا : *al-haqq*

حَجًّا : *al-hajj*

مَعْدٌ : nu'ima

وَدَّعٌ : 'aduwwun

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

Contoh:

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

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

#### f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi 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 kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

(-). Contoh:

سُؤْمَلًا : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

لُزْزَلًا : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

فَلْسَفًا : *al-falsafah*

بِلَادًا : *al-bilādu*

#### 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:

تَأْمُرًا : *ta'murūna*

وَأَنَّ : *al-nau'*

عَشِيٌّ : *syai'un*

مرثأ : *Umirtu*

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, atau sudah sering ditulis dalam tulisan 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* (جلاال)

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

بئالانيد *Dīnullah*      بئالاب *billah*

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

بئالابمحرىفمهد *Hum fī rahmatillāh*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada 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: IbnuRusyd, Abū al-Walīd*

*Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid MuhammadIbnu)*

*Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan:Zaid,*

*Naşr Ḥamīd Abū)*

## 2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta‘āla</i>
saw.	=	<i>şallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
ASN	=	Aparat Sipil Negara
BAZNAS	=	Badan Amil Zakat Nasional
DII	=	Dan lain-lain
Dr	=	Doktor
Dra	=	Doktoranda
NMID	=	<i>National Merchant ID</i>
PT	=	Perseroan Terbatas
QS .../...: 4	=	QS Ali Imran/3:159 atau QS An-Nisa/ ..., ayat
SDM	=	Sumber Daya Manusia

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دو	=	مكان بدون
صهعي	=	وسلم عليه صلى الله
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخره/إلى آخرها
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” 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 digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

# IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENINGKATAN DAYA SAING PEDAGANG SANDAL DAN SEPATU

---

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan untuk memperoleh laba disebut dengan bisnis. Kegiatan bisnis sangat berkaitan dengan persaingan, sebab persaingan dibutuhkan oleh pelaku bisnis untuk memaksimalkan tingkat penjualan dan menghadapi kehadiran kimpetitor yang bergerak dibidang penjualan yang sama. Ajaran Islam menganjurkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan dan mengajurkan umatnya untuk melaksanakan segala aktivitas bisnis dengan sistem persaingan yang sehat. Jika hal tersebut dijadikan dasar bisnis maka praktek bisnis harus dilaksanakan dengan aktivitas persaingan yang sehat dan mengandung kebaikan, selain itu persaingan bisnis juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi pelakunya. Dalam persaingan usaha hendaknya ada komitmen bersama diantara para pelaku bisnis untuk menerapkan konsep persaingan bisnis, dengan tidak lagi mengartikan bahwa suatu persaingan hanya dapat dilakukan dengan cara mematikan usaha pesaing bisnis, namun mengartikan suatu persaingan sebagai cara untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya dan yang berbeda dari yang lain sehingga usaha bisnisnya memiliki keunggulan dibandingkan bisnis orang lain.

Setiap pelaku bisnis dalam berdagang hendaknya tidak bertujuan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, namun yang paling penting adalah mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT. Profit semata-mata bukanlah tujuan yang harus selalu diutamakan. Dunia bisnis juga harus memiliki fungsi sebagai sosial dan harus dioperasikan dengan mengindahkan etika-etika yang berlaku di masyarakat. Para pengusaha juga harus menghindari upayah yang

menyalahgunakan segala cara untuk mengejar keuntungan semata tanpa peduli berbagai akibat yang merugikan pihak lain seperti masyarakat luas.<sup>1</sup>

Para pelaku bisnis juga harus sangat mementingkan perilaku etis dan dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang sangat mementingkan halal dan haram. Yang dimaksud dengan perilaku etis dalam etika bisnis Islam yaitu perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya seperti, menjauhi transaksi yang mengandung dharar yang terdiri dari: Riba, Gharar, Ghisy, Tadlis/Taghrir, Ikhtikar (penimbunan), Ghasab, Riswah (suap) dan Muqamarah (judi/maisir/untung-untungan).<sup>2</sup> Aktivitas pasar juga harus mencerminkan persaingan yang sehat, pelaku bisnis yang diharapkan dapat bertindak secara etis dalam segala aktivitasnya, termasuk menegakkan keadilan (*justice*), kejujuran (*honesty*), dan keterbukaan (*transparency*), sehingga harga yang tercipta adalah harga adil (*just price*). Dengan kata lain pasar ini tidak mengandung deviasi dari moralitas dan nilai syariah.<sup>3</sup>

Aktivitas berdagang juga merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat sebagai sarana dan prasarana untuk menunjang kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu sarana tempat berdagang adalah pasar, bagi masyarakat pasar bukan hanya sekedar tempat pertemuan penjual dengan pembeli, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial, oleh karena itu konsep pasar juga harus sesuai dengan Al-Qur'an, ini sangat jelas bahwa perdagangan dalam Islam harus mengetahui bahwa segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan masing-masing, baik itu dari pihak pembeli maupun penjual agar tidak ada pihak yang dirugikan baik dari pedagang maupun konsumen. Karena kepuasan dan kenyamanan konsumen merupakan tujuan berdagang yang baik, sehingga di dalam perdagangan di pasar yang sehat

---

<sup>1</sup>Erni Setyaningsih, *Etika Bisnis Islam (Perspektif Islam, Etika bisnis konvensional dan perbedaannya)*, 2016, h.40

<sup>2</sup> Jaih Mubarak, *fikih Mu'amalah Maliyah: Prinsip-Prinsip Perjanjian*, (Bandung: Simbiosis Perkatama Media.2017), h.275

<sup>3</sup> P3L, *Ekonomi Syariah*, (Jakarta:Rajawali Pers,2009), h. 81-83.

menghasilkan keuntungan yang Allah ridhai, karena apabila pedagang melakukan kecurangan dengan tidak memberitahukan kepada konsumen bahwa barang yang dibelinya memiliki cacat, maka pedagang yang hanya memikirkan keuntungan sebanyak-banyaknya akan memberikan dampak yang bahaya bagi banyak orang dalam menghambat perkembangan pasar. Oleh karena itu penerapan etika bisnis Islam harus diterapkan dalam setiap aspek perekonomian, termasuk dalam pelaksanaan produksi, distribusi, dan konsumsi. Hal ini yang harus diterapkan oleh pelaku usaha dengan menanamkan nilai etika bisnis Islami dalam aktivitasnya.

Sesuai dengan perkembangan yang ada pasar di bagi menjadi dua tipe, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar sentral biasanya menampung banyak penjual dilaksanakan dengan manajemen tanpa teknologi modern. Sedangkan pasar modern merupakan pasar yang menggunakan teknologi modern, konsumen berasal dari golongan menengah keatas, dan harga yang ditawarkan tetap dan sistem pelayanan sendiri.<sup>4</sup>

Pasar sentral Lakessi merupakan salah satu pasar yang ada di parepare yang berada di tengah kota sehingga mudah dijangkau oleh pembeli, baik itu dari dalam daerah maupun dari luar daerah. Seiring perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat sehingga menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu ketat para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan ada beberapa pelaku bisnis yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Perilaku menyimpang yang biasa ditemukan seperti, saling merusak harga antar pedagang dan saling iri hati karena tempat yang saling berdekatan dan barang yang sama sehingga menyebabkan persaingan yang ketat.

Konsumen dan pedagang sangat mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam menjalankan transaksi perdagangan khususnya di pasar yang

---

<sup>4</sup> Ahmad Roihyddin, '*Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Mangkang Semarang Dalam Pandangan Etika Bisnis Islam*' (UIN Walisongo Semarang, 2018). H.1.

dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar sehingga terhindar dari penipuan dan kecurangan. Sebagai seorang muslim, idealnya segala sesuatu kegiatannya mengikuti aturan syariat yang ada, baik dari Al-Quran maupun sunnah Nabi. Semua itu berlaku bagi semua muslim termasuk pedagang muslim yang ada di Pasar Sentral karena kita ketahui Nabi Muhammad sendiri merupakan seorang pedagang yang dapat dipercaya kala itu dan memiliki kekayaan yang cukup banyak karena kejujuran dalam berdagang.

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah.<sup>5</sup> Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai pengatur terhadap aktivitas ekonomi. Prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan aktivitas ekonomi baik itu dari pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Namun pada faktanya, masih ada pedagang yang berlaku curang, tidak berlaku jujur dan tidak memiliki hubungan yang baik sesama pedagang karena saling iri. Oleh karena itu penulis memfokuskan penelitian ini pada masalah bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan daya saing pedagang etika bisnis Islam dalam meningkatkan daya saing

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut maka ada beberapa hal yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam Peningkatan daya saing pedagang sandal dan sepatu?
2. Faktor apa yang mempengaruhi perilaku pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi?
3. Bagaimana peningkatan daya saing pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi dalam perspektif etika bisnis Islam?

---

<sup>5</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007, h.133.

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui implementasi etika bisnis Islam dalam Peningkatan daya saing
2. Mengetahui apa yang mempengaruhi perilaku pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi
3. Mengetahui peningkatan daya saing pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi dalam prespektif etika bisnis Islam

### **D. Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap agar dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

#### **1. Kegunaan Teoritis**

Sebagai bahan masukan bagi mahasiswa agar lebih memahami keadaan sosial apakah keadaan tersebut sama dengan yang telah dipelajari dalam perkuliahan, yaitu bagaimana etika bisnis yang ada dipasar apakah sesuai syariat Islam.

#### **2. Kegunaan Praktis**

Diharapkan dapat menjadi masukan bagi para pedagang dan masyarakat terkait hal-hal yang berkaitan dengan etika bisnis Islam, dan bagaimana penerapannya dalam kehidupan sehari-hari khususnya para pelaku pedagang Pasar Lakessi.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Penelitian Relevan**

Sebelum penulis mengadakan penelitian lebih lanjut kemudian menyusunnya menjadi suatu karya ilmiah, maka langkah awal yang penulis tempuh adalah mengkaji terlebih dahulu terhadap riset terdahulu yang mempunyai judul hampir sama dengan yang penulis teliti. Maksud pengkajian ini adalah agar dapat diketahui bahwa apa yang penulis teliti sekarang tidak sama dengan riset terdahulu. Berdasarkan penelusuran referensi penelitian yang dilakukan oleh penulis terdapat penelitian terdahulu yang berkorelasi dengan penelitian penulis.

Pertama, Zulham Aprizal, “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Desa Pulau Palas”.<sup>6</sup> Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang sembako di Pasar Desa Pulau Palas dalam melakukan etika komunikasi bisnisnya sudah baik, dan faktor penghambat yang mempengaruhi etika bisnis Islam pada pedagang sembako di Pasar Desa Pulau Palas yaitu, faktor pendidikan, faktor usia yang muda, sedangkan faktor pendukung adalah bersikap ramah pada setiap konsumen, sopan dalam melayani konsumen yang datang, dan tidak membeda-bedakan harga antar pembeli yang datang. Persamaan skripsi Zulham Aprizal dengan penulis yaitu sama-sama ingin mengetahui sejauh mana penerapan pedagang yang ada di Pasar tentang bertransaksi sesuai ajaran agama Islam. Adapun perbedaannya yaitu Zulham Aprizal lebih menekankan pada pelaksanaan etika komunikasi bisnis Islam, dan faktor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam pada pedagang sembako di Pasar Desa Pulau Palas, sedangkan penulis lebih fokus kepada perilaku pedagang sandal dan sepatu yang berdasarkan pada prinsip etika bisnis Islam dalam Peningkatan daya saing.

---

<sup>6</sup> Zulham Aprizal, “Penerapan Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Sembako di Pasar Desa Pulau Palas”, (Skripsi; Staiauliurrasyid Tembilahan,2020).

Kedua Sakaria, “Perilaku Pedagang Buah-Buahan di Pasar Pekkabata Terhadap Konsumen (Perspektif Etika Bisnis Islam).”<sup>7</sup> Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, pemahaman pedagang buah-buahan di pasar Pekkabata mengenai etika bisnis Islam disimpulkan bahwa para pedagang tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam. Kedua, perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu, seperti; sholat lima waktu, bersedekah, adil, tidak menyembunyikan cacat, tidak memaksa pembeli, bertanggung jawab atas kualitas barang dan ramah dalam melayani pembeli. Persamaan antara skripsi Sakaria dengan penulis, yaitu sama-sama ingin mengetahui sejauh mana perilaku pedagang yang ada di pasar tentang bertransaksi sesuai ajaran agama Islam. Adapun perbedaannya yaitu, Sakaria lebih mengarah pada kajian perilaku pedagang buah-buahan di pasar pekkabata terhadap konsumen menurut etika bisnis Islam, sedangkan penulis lebih fokus kepada perilaku pedagang sandal dan sepatu yang berdasarkan pada prinsip etika bisnis Islam dalam Peningkatan daya saing.

Ketiga, Mardiana, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Pannampu Kota Makassar”.<sup>8</sup> Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pemahaman pedagang di unit pasar Pannampu mengenai etika bisnis Islam disimpulkan bahwa para pedagang tidak mengetahui mengenai etika bisnis Islam, akan tetapi dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan oleh agama Islam dan perilaku pedagang di unit pasar Pannampu dalam menjalankan bisnis yang meliputi prinsip-prinsip etika bisnis Islam telah diwujudkan para pedagang. Persamaan skripsi Madiana dengan penulis yaitu, sama-sama ingin mengetahui sejauh mana perilaku pedagang yang ada di pasar tentang bertransaksi sesuai agama Islam. Adapun perbedaannya yaitu Madiana membahas mengenai perilaku berdagang di unit

---

<sup>7</sup> Sakaria, “Perilaku Pedagang Buah-Buahan di Pasar Pekkabata Terhadap Konsumen (Perspektif Etika Bisnis Syariah)”, (Skripsi; Fakultas Syariah dan Hukum Syariah: IAIN PAREPARE 2020).

<sup>8</sup> Madiana, “Implementasi Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang di Pasar Pannampu Kota Makassar”, (skripsi; Universitas Muhammadiyah Makassar,2019).

pasar pannaampu dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang diwujudkan para pedagang, sedangkan penulis lebih fokus kepada perilaku pedagang sandal dan sepatu yang berdasarkan pada prinsip etika bisnis Islam dalam Peningkatan daya saing.

Karya ilmiah dan hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, terdapat relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, namun berbagai tulisan tersebut memiliki ciri khas dan fokus masing-masing yang berbeda dengan penelitian akan dilakukan penulis. Penulis secara signifikan lebih memfokuskan pada pengimplementasian etika bisnis Islam dalam Peningkatan daya saing di pasar lakessi, terkhusus kepada pedagang sandal sepatu

## **B. Tinjauan Teoritis**

### **1. Teori Implementasi**

#### **a. Pengertian Implementasi**

Implementasi secara sederhana dapat diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan. Sebagaimana yang ada dalam kamus besar bahasa Indonesia, implementasi berarti penerapan. *Browne* dan *Wildavsky* mengemukakan bahwa “implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan”. Adapun *Schubert* mengemukakan bahwa “implementasi adalah sistem rekayasa”.<sup>9</sup> Pengertian-pengertian diatas memperlihatkan bahwa kata implementasi bermuara pada aktivitas, adanya aksi, tindakan atau mekanisme suatu sistem. Ungkapan mekanisme mengandung arti bahwa implementasi bukan hanya sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan.

Meter dan Horn, menyatakan implementasi kebijakan publik sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok pemerintah maupun swasta yang

---

<sup>9</sup> M P I Arinda Firdianti, *Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa* (Gre Publishing) h.19.

diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam keputusan kebijakan sebelumnya, yang memiliki arti bahwa proses implementasi tidak akan terlaksana sebelum undang-undang atau peraturan ditetapkan serta dana yang disediakan guna membiayai proses implementasi kebijakan tersebut. Horn mengartikan implementasi sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, pejabat, atau kelompok pemerintah maupun swasta yang diarahkan pada pencapaian tujuan yang telah digariskan dalam kebijakan. Pengertian-pengertian di atas memperlihatkan bahwa kata implementasi bermuara pada aktivitas, adanya aksi, tindakan atau mekanisme suatu sistem.

#### **b. Faktor Mempengaruhi Implementasi**

George Edwards melihat implementasi kebijakan sebagai suatu proses yang dinamis, dimana terdapat banyak faktor yang saling berinteraksi dan mempengaruhi implementasi kebijakan. Faktor-faktor tersebut perlu ditampilkan guna mengetahui bagaimana pengaruh faktor-faktor terhadap implementasi.

Faktor-faktor yang berpengaruh dalam implementasi menurut George C. Edwards III sebagai berikut:

- 1) Komunikasi, implementasi akan berjalan efektif apabila ukuran dan tujuan di pahami dengan baik oleh setiap orang yang bertanggung jawab dalam pencapaian tujuan kebijakan. Kejelasan ukuran dan tujuan kebijakan dengan demikian perlu dikomunikasikan secara tepat dengan para pelaksana. Konsistensi dari dasar dan tujuan perlu dikomunikasikan sehingga para pelaksana mengetahui secara tepat ukuran dan tujuan kebijakan itu. Komunikasi dalam organisasi adalah suatu yang amat kompleks dan rumit. Di samping itu sumber informasi yang berbeda juga akan melahirkan interpretasi yang berbeda pula. Agar implementasi berjalan efektif, pihak yang bertanggung jawab melaksanakan sebuah keputusan harus mengetahui apakah pihak tersebut dapat melakukannya.

Implementasi kebijakan harus oleh semua individu dan harus mengerti secara jelas dan akurat mengenai maksud dan tujuan kebijakan.

- 2) Sumber daya, yang mempengaruhi keberhasilan implementasi suatu kebijakan adalah sebuah sumber daya. Sumber daya merupakan salah satu hal penting dalam mengimplementasikan kebijakan, menurut George C.Edward III (dalam Agustino).<sup>10</sup> Komponen sumber daya ini meliputi jumlah staf, keahlian dari pada pelaksana, informasi yang relevan dan cukup untuk mengimplementasikan kebijakan dan pemenuhan sumber-sumber terkait dalam pelaksanaan program, dan adanya kewenangan yang menjamin bahwa program dapat diarahkan kepada yang sebagaimana yang diharapkan, serta adanya fasilitas-fasilitas pendukung yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan program seperti dana dan prasarana. Sumber daya manusia yang tidak memadai (jumlah dan kemampuan) berakibat tidak dapat dilaksanakannya program secara sempurna karena mereka tidak dapat melakukan dengan baik. Jika jumlah staf pelaksana kebijakan terbatas maka hal yang harus dilakukan Peningkatan skill/kemampuan para pelaksana untuk melakukan program. Untuk itu perlu adanya manajemen SDM yang baik agar dapat Peningkatan kinerja program ini disebabkan karena kebijakan konservasi energi adalah hal yang baru bagi mereka dimana dalam melaksanakan program ini membutuhkan kemampuan yang khusus. Ada dua bentuk informasi yaitu informasi mengenai banyak cara menyelesaikan kebijakan atau program serta data pendukung kebutuhan kepada peraturan pemerintahan dan undang-undang. Kenyataan dilapangan bahwa tingkat pusat tidak tshu kebutuhan yang diperlukan para pelaksana dilapangan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Syaiful Sagala, *Manajemen Strategi dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h.49.

<sup>11</sup> Nanang Fattah “*Landasan Manajemen Pendidikan*” (Bandung: Remaja Rosdakaryq, 2008), h.143,2008),h.143.

- 3) Disposisi/Sikap, variabel ketiga yang mempengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan adalah disposisi. Hal-hal penting yang perlu dicermati pada variabel disposisi. Pada umumnya orang bertindak menurut kepentingan mereka sendiri, maka manipulasi *insentif* oleh para pembuat kebijakan mempengaruhi tindakan para pelaksana kebijakan. Dengan cara menambah keuntungan atau biaya tertentu mungkin akan menjadi faktor pendorong yang membuat para pelaksana kebijakan melaksanakan perintah dengan baik. Hal ini dilakukan sebagai upaya memenuhi kepentingan pribadi (*self interest*) atau organisasi.<sup>12</sup>
- 4) Struktur birokrasi, struktur birokrasi merupakan salah satu keberhasilan implementasi kebijakan publik. Meskipun sumber daya untuk melaksanakan suatu kebijakan tersedia, atau para pelaksana kebijakan mengetahui apa yang seharusnya dilakukan, dan mempunyai keinginan untuk melaksanakan suatu kebijakan, namun kemungkinan kebijakan tersebut tidak dapat dilakukan atau direalisasikan karena terdapatnya kelemahan dalam struktur birokrasi. Kebijakan yang begitu kompleks menuntut adanya kerjasama banyak orang, ketika struktur birokrasi tidak kondusif pada kebijakan yang tersedia, maka hal ini akan menyebabkan sumber daya menjadi tidak efektif dan menghambat jalannya kebijakan. Birokrasi sebagai pelaksana sebuah kebijakan harus dapat mendukung kebijakan yang telah diputuskan secara politik dengan jalan melakukan koordinasi dengan baik.<sup>13</sup>

### c. Tujuan Implementasi

- 1) Mengukur pengaruh dari program. Tujuan utama implementasi mengetahui apa yang terjadi dan mengapa itu terjadi pada suatu program yang sudah berjalan. Untuk mengukur sejauh mana keberhasilan sebuah program,

---

<sup>12</sup> Tabrani Rusyan, *Pendekatan Dalam Proses Belajar Mengajar*. Bandung, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010), h.4.

<sup>13</sup> Tabrani Rusyan, *Pendekatan dalam Proses Belajar mengajar*, (Bandung:PT. Remaja Rosdakarya), h.4.

beberapa aspek perlu dipantau secara maksimal seperti rancangan program, pengaturan administrasi, layanan, sumber pelaksana dan hasil.<sup>14</sup>

- 2) Tindak lanjut evaluasi. Setelah menjalankan program diperlukana analisis yang disebut evaluasi tentang sejauh mana program dapat berjalan. Dengan adanya evaluasi, data untuk memutuskan kebijakan-kebijakan yang baru. Jika hasil dari evaluasi tidak ditindak lanjuti dalam bentuk aksi yang sesuai, maka mustahil mewujudkan perbaikan sesuai tujuan yang ingin dicapai. Implementasi mewujudkan hasil evaluasi dalam bentuk program-program baru sesuai kebutuhan.<sup>15</sup>
- 3) Menjalankan program-program yang direncanakan. Program yang sudah direncanakan perlu segera dieksekusi, agar tujuan bisa tercapai. Selain itu perlu adanya pengawasan sehingga program berjalan sesuai dengan harapan. Untuk meminimalisir kendala dan agar program bisa terjadwal dengan baik.
- 4) Menyelesaikan rancangan sistem yang disepakati. Setelah program telah berjalan dengan bai, perlu kiranya terus mengawasi dan melaksanakan program sampai batas waktu yang ditentukan agar terlihat hasil yang diharapkan serta kemanfaatan dari program.<sup>16</sup>

## **2. Teori Etika Bisnis Islam**

### **a. Pengertian Etika**

Etika atau moral dalam Islam adalah buah dari keimanan, keislaman dan ketakwaan yang berdasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah Swt. Agama Islam pada hakikatnya untuk memperbaiki akhlak atau etika yang baik. Oleh karena itu Allah

---

<sup>14</sup> Alan Werner, *A Guide to implementation Research*, (Washington : The Urban Institute Press, 2004), h.2.

<sup>15</sup> Jeffrey L. Pressman dan Aron Wildaysky, *Implementation*, (California : University Of California Press, 1984), h.xvi

<sup>16</sup> Anita M. Pankake, *Implementation: Making Things Happen*, (New York: Routledge, 2013), h.102.

Swi dengan kasih-Nya mengutus Rasulullah Saw agar menjadi contoh teladan yang paling baik.<sup>17</sup>

Etika berasal dari bahasa Yunani “*ethos*” yang berarti adat dan kebiasaan yang merupakan bagian dari filsafat. Menurut *Webster Dictionary* etika merupakan ilmu mengenai tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang diatur mengenai tindakan moral yang benar. Etika secara istilah merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya, dan merupakan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Etika juga dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.<sup>18</sup>

Pada dasarnya, etika memiliki pengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama mengenai kepribadian, tindakan dan pelakunya. Secara etimologi, etika identik dengan moral, sehingga telah umum diketahui istilah moral berasal dari kata “*moes*” dari bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup.<sup>19</sup> Etika juga dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip normal yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika juga merupakan bidang ilmu yang bersifat normative karena etika berperan untuk menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan.<sup>20</sup>

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengertian etika secara umum merupakan suatu peraturan atau norma yang dapat digunakan sebagai acuan bagi perilaku seseorang yang berkaitan dengan sifat baik atau buruk yang dilakukan oleh seseorang serta merupakan suatu kewajiban dan tanggung jawab moral

---

<sup>17</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat =, 2010),h.101.

<sup>18</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Cet. II; Jakarta: Kencana,2007), h.5.

<sup>19</sup> A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an* (Jakarta: sinar Grafika Offset,2010), h.47.

<sup>20</sup> Rafi Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2004), h.3.

## b. Bisnis

Bisnis dalam Al-quran dijelaskan melalui kata *tijarah*, yang memiliki dua makna yaitu:

- 1) Perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan yang mencakup manusia dengan Allah. Ketika seseorang memilih petunjuk dari Allah, mencintai Allah dan Rasul-Nya, memilih berjuang di jalan-Nya dengan harta dan jiwa, membaca kitab Allah, mendirikan shalat, menafkahkan sebagian rezekinya. Maka itu adalah sebaik-baiknya perniagaan antaran manusia dengan Allah.<sup>21</sup>
- 2) Perniagaan yang kedua adalah perniagaan secara khusus, yang berarti pedagang ataupun jual beli antar manusia. Beberapa ayat yang menerangkan tentang bagaimana bertransaksi yang adil.

Sebagaimana yang terdapat pada surah Al Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتْنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبُ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمَعُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَانْفُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Terjemahannya:

<sup>21</sup> Ika Yunita Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2023), h.6

*Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun daripadanya. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya atau lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, maka (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa, maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual beli, dan janganlah penulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.<sup>22</sup>*

Pada surah al-Baqarah ayat 282 disebutkan tentang etika dalam tata cara jual beli, utang piutang, sewa menyewa dan transaksi lainnya. Ayat ini pula yang dijadikan pedoman kegiatan akuntansi dalam pembahasan tentang ekonomi bisnis Islam.

---

<sup>22</sup> Departemen Agama RI, Al- Quran dan Terjemahan (Jakarta: PT Mizan Pustaka,2009), h.48

Sehingga diharapkan adanya suatu perniagaan yang adil dan saling menguntungkan antara satu pihak dengan pihak lain.

Menurut Kholbeng bisnis merupakan suatu urusan atau kegiatan dagang, industry atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang dan jasa dengan menempatkan uang dari pada *entrepreneur* dalam resiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif agar mendapatkan keuntungan.<sup>23</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa bisnis tidak dapat luput dari aktivitas mengingat Allah. Sehingga diharapkan hal ini dapat menjadi acuan bagi seorang pedagang agar selalu berbuat kebaikan dan menjauhi perilaku yang merugikan dalam suatu aktivitas bisnis.

### c. **Eika Bisnis**

Etika bisnis adalah salah satu bagian dari prinsip etika yang diterapkan dalam dunia bisnis. Etika bisnis juga merupakan sebuah rentang aplikasi etika yang khusus mempelajari tindakan yang diambil oleh bisnis dan pelaku bisnis. Etika bisnis dapat dijadikan sebagai pedoman untuk melaksanakan aktivitas dalam bekerja, yang mana bekerja dilandasi dengan etika, moral, kejujuran, dan profesionalisme.<sup>24</sup>

Di dalam bukunya yang berjudul *Strategic Management*, Freed R. David menyebutkan bahwa etika yang baik adalah bisnis yang baik. sedangkan etika yang tidak baik dapat mengacaukan strategi terbaik. Oleh demikian dalam setiap pengambilan keputusan manajerial dibutuhkan etika yang baik. Rencana strategis terbaik tidak akan ada artinya jika tidak dilakukan dengan etika yang baik.

---

<sup>23</sup> Annisa Mardatillah, "Etika Bisnis dalam Prespektif Islam", Jurnal, Vol. 6, No.1 (2013), 91

<sup>24</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h.93.

Menurut Sholihin Ismail etika bisnis merupakan penerapan etika secara umum terhadap pelaku bisnis, etika juga bermakna menunjukkan perilaku etis maupun tidak etis yang dilakukan oleh manejer dan karyawan dari suatu organisasi perusahaan.<sup>25</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa etika bisnis merupakan cata-cara saat melakukan kegiatan berbisnis yang mencakup semua aspek, baik itu yang berkaitan dengan seseorang, perusahaan, maupun masyarakat.

#### **d. Etika Bisnis dalam prespektif Islam**

Etika bisnis Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis yang dibalut dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Perilaku yang etis seperti perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. Menurut Ali Hasan etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang benar.<sup>26</sup> Etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang benar.

Dalam etika bisnis Islam kaum muslim diarahkan untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dibolehkan dan dilarang oleh Allah Swt termasuk dalam melaksanakan aktivitas ekonomi. Etika dalam bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis memecahkan masalah yang berkaitan dengan moral dalam praktek bisnis yang mereka hadapi. Etika bisnis Islam harus diterapkan secara benar sehingga kemungkinana kehancuran binis lebih kecil, dan dengan etika yang benar tidak akan ada pihak yang merasa dirugikan dan masyarakat dapat menerima manfaat yang banyak dari kegiatan jual dan beli yang dilakukan.

---

<sup>25</sup> Ismail Sholihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktik dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006), h.103

<sup>26</sup> Ali Hasan, “*Manajemen Bisnis Syariah*.” Pustaka pelajar, 2009

Rasulullah telah mengajarkan etika di dalam berbisnis. Sifat-sifat utama yang harus diteladani semua manusia baik pelaku bisnis, pemerintah dan segenap manusia, dari Rasulullah SAW setidaknya ada empat dasar yang harus diterapkan, yaitu:<sup>27</sup>

1. *Sidiq*, yang berarti jujur dan benar. Prinsip ini harus melandasi seluruh perilaku ekonomi manusia, baik produksi, distribusi maupun konsumsi. Kejujuran dapat dijadikan sebagai modal dasar untuk mereapkan prinsip efiseinsi dan efektivitas.
2. *Amanah*, berarti dapat dipercaya, professional dan bertanggungjawab, sifat amanah merupakan yang paling penting bagi seorang pelaku ekonomi syariah dan semua umat manusia. Sifat amanah menduduki posisi yang paling penting dalam ekonomi dan bisnis.
3. *Tabliq*, berarti para pelaku ekonomi syariah harus memiliki kemampuan komunikasi yang handal dalam memasarkan ekonomi syariah. Memberikan contoh yang baik dan memberikan wewenangnya pada orang lain.
4. *Fathonah*, berarti kecerdasan dan intelektual. Fathonah mengharuskan kegiatan ekonomi dan bisnis didasarkan dengan jujur, benar, dan tanggung jawab dalam berbisnis.

Etika bisnis Islam juga dapat diartikan sebagai akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kejujuran dalam etika bisnis Islam ketika kepercayaan memasuki ranah bisnis, contohnya tidak melakukan korupsi, dan bertanggung jawab, kem udian kebenaran, kebenaran adalah kesesuaian antara pernyataan dengan kenyataan, contohnya ketika hendak membeli suatu barang maka

---

<sup>27</sup>Dewi Fatimah, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Rakyat Kauman Tulungagung' (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: IAIN Tulungagung, 2009), h.19-20.

penjual akan menjelaskan kondisi yang sebenarnya dari barang tersebut kepada pembeli, selanjutnya kemerdekaan, pada prinsip kemerdekaan adalah hak asasi manusia untuk tetap hidup, hak yang harus tetap terus dijaga dan dilindungi dengan kebaikan dan kebenaran, maka etika islam hadir untuk kemerdekaan manusia itu tidak saling menzalimi satu sama lain. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu al-Qur'an dan hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan, termasuk dalam bisnis

Sebagaimana yang terdapat dalam Q.S Al-Qashash (28):77

أَحْسَنَ اللَّهُ      وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا  
إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Terjemahannya:

*“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.*<sup>28</sup>

Pentingnya etika dalam berbisnis salah satunya yaitu etika terhadap lingkungan. Bisnis yang dilakukan tidak boleh merusak lingkungan, dan mengganggu ketentraman orang lain. Etika bisnis Islam memosisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah SWT. Oleh karena itu, bisnis tidak hanya bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan, tetapi bertujuan jangka pendek

<sup>28</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan* (Jakarta: PT Mizan Pustaka, 2009), h.394.

sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial di hadapan masyarakat, Negara, dan Allah SWT. Oleh karena itu, pada prinsipnya pengetahuan akan etika bisnis dalam pandangan Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap para pebisnis untuk menghadiri diri dari berbagai macam tindakan yang dilarang oleh Allah SWT.

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa, etika dapat diartikan sebagai dasar moralitas seseorang. Jadi, etika bisnis juga berarti pemikiran atau refleksi tentang berbisnis atau bekerja. Dalam arti lain dalam etika yang berkaitan dengan bisnis merupakan prinsip dan moral yang harus dipatuhi para pelaku bisnis guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya tanpa merugikan orang lain.

#### **e. Prinsip Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis Islam sangat mengedepankan nilai-nilai Al-Quran. Dengan demikian beberapa nilai dasar di dalam etika bisnis Islam ini memiliki prinsip yang berasal dari ajaran Islam, menurut teori Syed Nawab Haider Naqvi dalam buku Etika dan Ilmu Ekonomi, suatu sintesis Islami menjelaskan bahwa paradigma bisnis Islam dibangun dan dilandasi oleh prinsip-prinsip berikut:

##### **1) Prinsip Tauhid/Kesatuan**

Prinsip etika bisnis Islam yang pertama adalah kesatuan. Sebagaimana sudah diterapkan di dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim. Dengan demikian prinsip kesatuan dalam etika bisnis yang terpadu, vertical maupun horizontal yang membentuk persamaan yang penting dalam Islam.

*Tauhid* merupakan pondasi ajaran Islam. Dengan *tauhid*, manusia menyaksikan bahwa “tiada Tuhan selain Allah SWT dan tidak ada pemilik langit, bumi dan Islam selain dari pada Allah SWT” karena Allah telah menciptakan alam semesta dan isinya dan sekaligus sebagai pemiliknya. Tujuan diciptakannya manusia hanya untuk beribadah kepadaNya. Karena itu segala aktivitas manusia dalam hubungan dengan alam dan sumber daya

manusia (mu'amalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah SWT karena kepada-Nya manusia akan mempertanggungjawabkan perbuatan.<sup>29</sup>

Penerapan konsep ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan tiga hal berikut: pertama, menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapapun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. Kedua, menghindari terjadinya praktek-praktek kotor bisnis, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis senantiasa takut akan segala larangan yang telah digariskan. Ketiga, menghindari praktek menimbun kekayaan atau harta benda.<sup>30</sup>

## 2) Prinsip Keseimbangan (Adil)

Prinsip kedua dari etika bisnis Islam mengacu pada ajaran Islam untuk berbuat adil di segala kegiatan bisnis dan melarang kegiatan curang atau berlaku dzalim. Akan jadi kecelakaan besar apabila orang-orang yang menerima takaran minta dipenuhi tetapi menakar orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam dunia bisnis sangat menodai etika bisnis Islam karena keadilan adalah kunci keberhasilan. Al-Quran memerintahkan kepada umat muslim untuk menimbang dan menakar dengan cara yang benar dan tidak melakukan kecurangan.

Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan syariah. Implementasi keseimbangan bahwa harus jujur dalam takaran dan timbangan

<sup>29</sup> Ahmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta:Rajawali Pers,2014), h.67.

<sup>30</sup> Dyan Arrum Rahmadanu, “*Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petapamus Makassar Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam*” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam :UIN Alauddin Makassar, 2017), h.30-31.

dan neraca yang benar. Sedangkan sikap adil yang dilakukan seperti mendahulukan pembeli yang datang terlebih dahulu. Dalam Islam mengharuskan umatnya untuk berbuat adil dan berbuat kebajikan. Bahkan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan.<sup>31</sup> Islam mengharuskan untuk berbuat adil, termasuk pada orang yang tak disukai baik itu di dalam aktivitas dunia kerja dan bisnis. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sesuai aturan syariah. Tidak menaati salah satu hak diatas dapat menyebabkan seseorang pada kezaliman, karena orang yang adil lebih dekat pada ketakwaan.<sup>32</sup> Berdasarkan uraian diatas setiap bisnis atau kegiatan yang dilakukan tentunya harus selalu mengedepankan keadilan bagi orang lain maupun lingkungan karena jika mengabaikan nilai-nilai keadilan maka terdapat pihak-pihak lain yang dirugikan dari kegiatan usaha yang dijalankan.

### 3) Kehendak bebas

Kebebasan merupakan hal terpenting dalam etika bisnis Islam, dan merupakan bagian terpenting yang seharusnya dilakukan tanpa merugikan kepentingan kolektif. Kehendak bebas ini merupakan suatu kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dan dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakat melalui infaq, zakat dan sedekah.

---

<sup>31</sup>Dewi Fatimah. *'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Rakyat Kauman Tulungagung'* (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: IAIN Tulungagung. 2009), h. 22-23

<sup>32</sup> Dyan Arrum Rahmadani, *"Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Petapamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"* (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: UIN Alauddin Makassar, 2017), h.32.

Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam mengenai masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah, namun bukan kegiatan ibadah, maka berlaku padanya kaidah umum, “Semua boleh kecuali yang dilarang”.<sup>33</sup> Artinya kebebasan yang diberikan Allah kepada manusia tidak bertentangan dengan Islam, manusia menentukan pilihan namun Allah yang menentukan hukumnya.

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan pribadi dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

Berdasarkan uraian di atas kehendak bebas menurut etika bisnis Islam itu mempunyai arti bahwa setiap manusia, ataupun semua yang diciptakan Allah diberikan hak-hak dan kewajiban untuk mengelolanya dengan bebas tentunya dengan mengetahui batasan-batasan yang harus dipatuhi dalam Islam.

#### 4) Tanggung jawab

Tanggung jawab dilakukan oleh manusia untuk melakukan kehendak bebas dengan adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi keadilan dan kesatuan. Terutama di dalam etika bisnis, manusia harus mampu bertanggung jawab saat memiliki kehendak bebas.

Pada dunia bisnis pertanggungjawaban juga sangat penting. Setelah melaksanakan segala aktivitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang,

---

<sup>33</sup> Muhammad, *Aspek Hukum Dan Muamalat* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h.83.

melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semua harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.<sup>34</sup>

### 3. Teori Daya Saing

#### a. Pengertian Persaingan Bisnis

Persaingan bisnis adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, atau sumber daya yang dibutuhkan. Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan yang tidak sehat. Dengan adanya Undang-Undang tersebut maka memberika jaminan kepastian hukum dan perlindungan yang sama kepada setiap pelaku usaha berbisnis, agar pelaku usaha dapat bersaing secara wajar dan sehat.<sup>35</sup>

Secara umum persaingan dapat dikatakan sebagai perseteruan antara pelaku bisnis yang independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang dan jasa yang baik pula.<sup>36</sup>

Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relative yang dimilikinya disebut dengan keunggulan kompetitif. Menurut porter daya saing adalah salah satu kriteria untuk menentukan keberhasilan dan pencapaian sebuah tujuan yang lebih baik oleh lembaga, perusahaan, bahkan negara dalam peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Porter menjelaskan pentingnya daya saing karena dua hal berikut:

- 1) Mendorong produktivitas dan Peningkatan kemampuan mandiri.

---

<sup>34</sup> Dyan Arrum Rahmadani, “Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Patepamus Makassar Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: UIN Alauddin Makassar, 2017), h.36.

<sup>35</sup> Devi Meyliana Savitri Kumalasari, *Hukum Persaingan Usaha*, (Malang: Setara Press, 2013), h.13.

<sup>36</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h.27

- 2) Dapat Peningkatan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun kuantitas sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat.

Daya saing menurut Michael Porter merupakan produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja, maka pengertian daya saing adalah kemampuan perusahaan, daerah, Negara atau antar daerah untuk meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan tenaga kerja dan sumber daya lainnya yang produktif dan berkelanjutan untuk menghadapi persaingan dengan memaksimalkan potensi produk unggulannya.

Menurut Kuncoro daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau Negara untuk menjual dan memasok barang atau jasa yang diberikan dalam pasar. Dalam konsep Islam persaingan yang sehat yang merupakan nilai universal, bukan hanya untuk kaum muslim, tetapi juga non muslim. Untuk itulah maka pemerintah mempunyai peranan yang penting dan besar dalam menciptakan pasar yang Islami, sebagaimana ditunjukkan oleh adanya hisbah pada masa Rasulullah dan sesudahnya. Pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan atau monopoli. Monopoli dapat diartikan, setiap barang yang penahannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak. Daya saing diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Keunikan produk

Keunikan produk yang dimiliki sehingga membedakannya dengan produk pesaing atau produk umum yang ada di pasaran, sehingga mampu memiliki daya tarik bagi pelanggan

2. Kualitas produk

Kualitas produk yang baik dalam memilih bahan baku yang bermutu tinggi, sehingga menciptakan produk yang lebih berkualitas dibanding produk pesaing

3. Harga bersaing

Dengan terciptanya suatu produk yang unuk dan berkualitas, perusahaan juga harus bisa menyesuaikan harga agar dapat terjangkau dalam kata lain tidak membebankan pelanggan.<sup>37</sup>

Jadi, persaingan bisnis merupakan sebuah tolak ukur yang dapat digunakan untuk memastikan bahwa seluruh pihak yang terlibat dalam sebuah kegiatan usaha tidak melanggar kepentingan satu sama lain dan memberikan jaminan bahwa setiap orang yang berusaha di Indonesia berada dalam persaingan yang wajar. Hal ini sapat menjadikan usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya, baik sebelum maupun setelah dijalankan.<sup>38</sup>

#### **b. Persaingan Bisnis Dalam Islam**

Berkaitan dengan daya saing, Islam juga menganjurkan untuk berlomba-lomba dalam hal kebaikan yaitu surah Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۗ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Terjemah : Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segalanya.<sup>39</sup>

Dalam kandungan ayat tersebut dijelaskan bahwa persaingan yang dibolehkan adalah persaingan dalam kebaikan, dan selama itu tidak melanggar dari prinsip syariah seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw. Ternyata hal yang seperti demikian

<sup>37</sup>Kuncoro, “*Ekonomika Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru*”. Yogyakarta: Penerbit. 2007, h.82.

<sup>38</sup>Didi sukardi, et.al. “*Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Industry Tape Ketan Cibereum*” Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Ekonomi Islam, Vol.3, No.2 (2018), h.193

<sup>39</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur’an Edisi Terjemah Menyamping Al-Urjuwa*, (solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri,2015) h.35.

dapat meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya. Seorang muslim hendaknya tetap berusaha keras sebaik mungkin dengan penuh tawakkal dan mengharap ridha-Nya dan apa yang dilakukan semata-mata hanya untuk beribadah kepada Allah Swt. Ayat tersebut juga menjelaskan bahwa seorang muslim perlu berlomba-lomba dalam mengerjakan kebaikan, termasuk dalam bertransaksi ekonomi yang berdasarkan syariah maka telah melakukan kebaikan yaitu menegakkan kebenaran agama.

Dalam surah lain al-quran juga memperingatkan kepada para pesaing agar tidak menjadikan dirinya serakah, dengan berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan duniawi semata. Karena dengan sikap demikian akan menjadikan manusia menjadi lalai dan lengah. Dalam surah al-Takatsur ayat 1-5, Allah berfirman:

أَلْهَكُمُ النَّكَاتُ (١) حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ (٢) كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ (٣) ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ (٤)  
 كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ (٥)

Terjemahannya:

1. Bermegah-megahan telah melalaikan kamu. 2. Sampai kamu masuk ke dalam kubur. 3. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu). 4. Dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. 5. Janganlah kamu begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin. (QS. At- Takatsur : 1-5)<sup>40</sup>

Dalam ayat tersebut, Allah mengingatkan secara keras agar meninggalkan persaingan yang tidak sehat. Bahkan secara berulang-ulang Allah tegaskan untuk meninggalkan persaingan tersebut. Konsep persaingan dalam al-quran menganjurkan para pebisnis untuk bersaing secara positif dengan memberikan kontribusi yang baik dari bisnisnya bukan mau menjatuhkan bisnis pesaing.

<sup>40</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Edisi Terjemah Menyamping Al-Urjuwa*, (solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2015) h.600

Islam memberi aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindari munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Minimal ada tiga unsur dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam yaitu:<sup>41</sup>

1) Pihak-pihak yang bersaing

Manusia merupakan pusat pengendalian bisnis. mereka akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangannya mengenai bisnis yang digeluti termasuk persaingan yang terjadi didalamnya. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang di dapatkan adalah rezeki yang merupakan karunia yang telah ditetapkan oleh Allah Swt.

Bagi seorang muslim persaingan adalah berlomba-lomba menjadi terbaik, terbaik dalam produk yang bermutu, harga bersaing dengan cara tidak membanting harga membanting harga yang dapat merugikan pesaing, dan tidak pula merugikan konsumen.

2) Cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Oleh karena itu bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Dengan demikian persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.

Rasulullah Saw telah memberikan contoh cara berdagang yang baik. Dalam berdagang Rasulullah tidak pernah melakukan usaha untuk menjatuhkan pesaing dagangannya. Itu bukan berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan menyebut spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Secara alami, hal seperti itu

---

<sup>41</sup>Utari Evy Cahyani, "Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami". At-Tijarah, Vol.2, No.1 (2016), 64.

ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa harus menghancurkan pedagang lainnya.

### 3) Produk yang dipersaingan

Selain pihak yang bersaing, cara bersaing Islam juga memandang barang/jasa yang ditawarkan merupakan hal terpenting dalam persaingan bisnis. Islam sendiri memberikan penegasan bahwa barang atau produk yang dipersaingan harus mempunyai satu keunggulan. Dan beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:

- 1) Produk barang/jasa yang ditawarkan harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitas terjamin dan berdaya saing.
- 2) Harga harus kompetitif, namun dalam hal ini tidak dikenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.
- 3) Tempat yang digunakan harus bail, bersih, sehat, dan nyaman serta harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti barang sakti untung penglaris.
- 4) Pelayanan terbaik, suatu nisnis akan senantiasa berkembang dan sukses manakala ditunjang dengan adanya pelayanan terbaik, misalnya dengan keramahan, senyum, kepada para konsumen, itu akan membuat bisnis akan semakin baik.

### c. **Macam- macam Persaingan**

Ditinjau dari modelnya, persaingan usaha ada dua macam, yaitu persaingan sehat yang sesuai dengan agama dan dibolehkan oleh hukum, sedangkan persaingan usaha tidak sehat yaitu persaingan usaha yang tidak sesuai dengan agama dan dilarang oleh hukum

Persaingan usaha sehat merupakan persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi barang atau jasa yang dilakukan dengan jujur dan tidak melawan hukum. Persaingan sehat dan jujur sangat diperlukan dari berbagai

skala usaha yang ada sehingga kegiatan ekonomi berjalan dengan efisien. Persaingan usaha yang sehat seperti ini justru akan melahirkan pengusaha yang tangguh dan terpercaya di dalam menghadapi iklim ekonomi global. Untuk terciptanya persaingan usaha yang sehat harus dimulai dari pembenahan perilaku pengusaha.<sup>42</sup>

Sedangkan persaingan usaha yang tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum sehingga menghambat persaingan usaha. Berbagai pelanggaran yang terjadi bisa dalam bentuk manipulasi ukuran, harga, kualitas, dan merk yang ada kaitannya dengan transaksi perdagangan yang terjadi. Persaingan usaha yang tidak sehat biasanya mengandung unsur:<sup>43</sup>

- 1) *Gharar* atau biasa disebut dengan ketidakpastian dalam suatu akad, baik mengenai kualitas, atau kuantitas objek akad maupun penyerahannya.
- 2) *Taghrir* yaitu upaya untuk mempengaruhi orang lain, baik dengan ucapan maupun tindakan yang mengandung kebohongan, agar terdorong untuk melakukan transaksi.
- 3) *Jahalah* yaitu ketidakjelasan dalam suatu akad, baik mengenai objek akad, kualitas atau kuantitas, harganya maupun mengenai waktu penyerahannya.
- 4) *Ikhtikar* yaitu membeli suatu barang yang sangat amat dibutuhkan masyarakat pada saat harga mahal dan menimbunnya dengan tujuan untuk menjualnya kembali pada saat harganya lebih mahal.
- 5) *Ghabn* yaitu ketidakseimbangan antar dua barang yang perlu dipertukarkan dalam suatu akad, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya.

---

<sup>42</sup> Bachtiar Hasan Niraza, *Manajemen Bisnis* (Bandung: ISEI Bandung, 2004), h.24

<sup>43</sup> Didi Sukardi, et.al. “*Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Hone Industry Tape Ketan Cibeureum*”, h.194.

- 6) *Tadlis* yaitu tindakan menyembunyikan kecacatan objek, akad yang dilakukan oleh penjual untuk meneglabuhi pembeli seolah-olah objek akad tersebut tidak cacat.
- 7) *Tanajusyaitu* tindakan menawarkan barang dengan harga yang lebih tinggi oleh pihak yang tidak maksud membelinya untuk menimbulkan kesan banyak phak yang berminat membelinya.
- 8) *Ghisysy* yaitu salah satu bentuk tadlis yaitu penjual menjelaskan atau memaparkan keunggulan atau keistimewaan barang yang dijual serta menyembunyikan kecacatannya.
- 9) *Darar* tindakan yang bahaya dan dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain.

Jadi, dengan adanya persaingan maka jangan jadikan itu menjadi ancaman, dimana kita harus memenangkan bahkan mematika pesaing, justru sebaliknya dengan terjadinya persaingan maka kita selalu mempunyai rasa beraing untuk menjadi lebih baik dalam proses. Seperti menjaga kualitas produk dan dapat memberikan nilai tambah serta kepuasan kepada seluruh pihak yang berkepentingan terutama pihak pelanggan, pemilik dan karyawan.

### **C. Tinjauan Konseptual**

Kerangka konseptual ialah pengertian judul yang memudahkan pembaca untuk memahami isi pembahasan serta dapat menghindari kesalahpahaman. Oleh karena itu, dibawah ini akan diuraikan tentang pembahasan makna dari judul penelitian

#### **1. Implementasi**

Implementasi adalah proses yang diterapkan di berbagai bidang, tanpa batasan apapun. Untuk mengimplementasikan suatu gagasan diperlukan serangkaian proses. Menerapkan rencana strategis sama pentingnya, atau bahkan lebih penting, daripada strategi itu sendiri. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia

implementasi adalah pelaksanaan atau penerapan.<sup>44</sup> Implementasi yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah kemampuan untuk membentuk hubungan-hubungan lebih lanjut dalam rangkaian sebab-akibat yang menghubungkan tindakan dengan tujuan.

## 2. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Etika Bisnis Islam yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah perilaku pedagang yang sesuai dengan syariah.

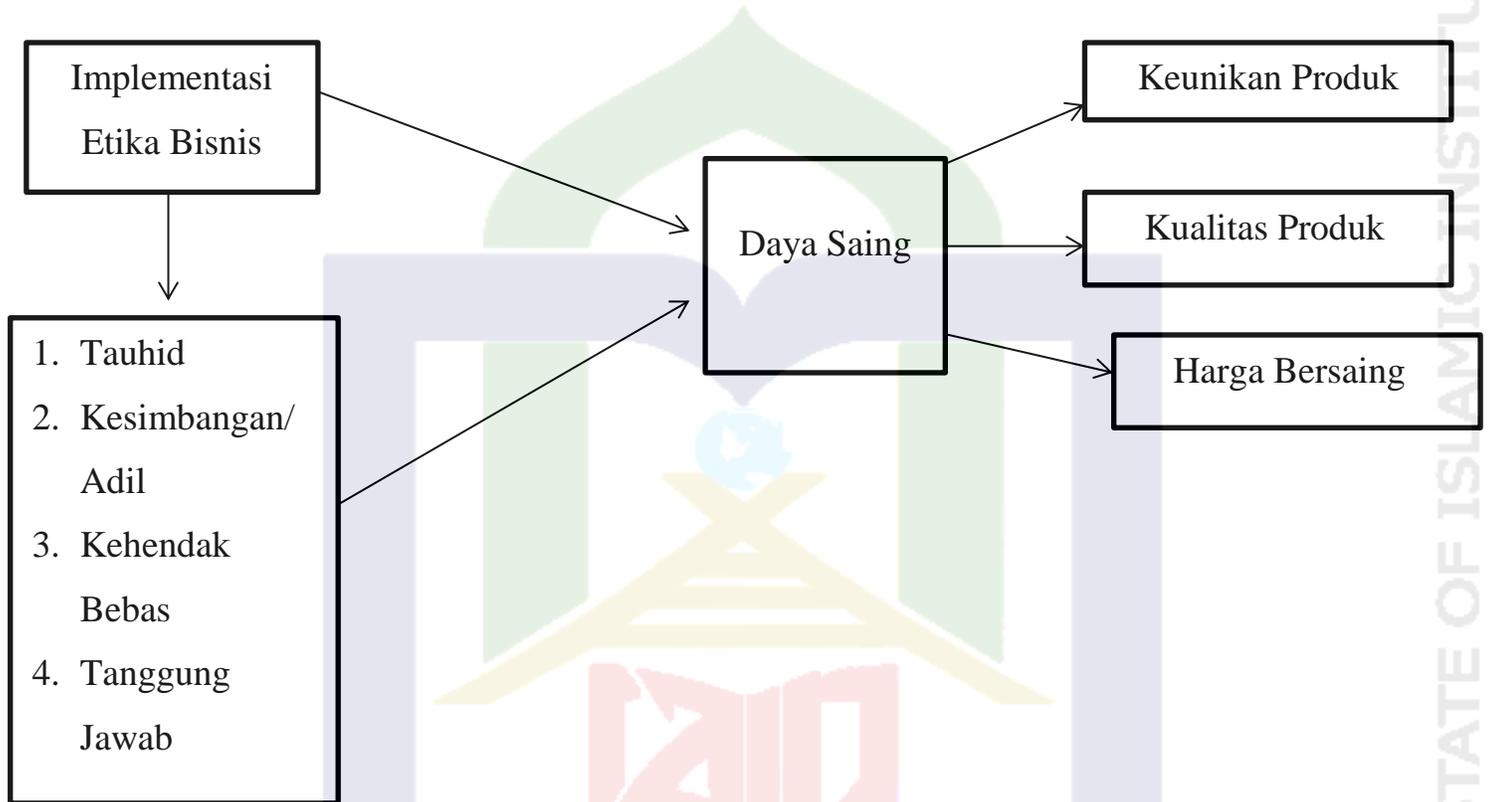
## 3. Daya Saing

Daya Saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau Negara untuk menjual dan memasok barang atau jasa yang diberikan dalam pasar. Daya saing yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah kemampuan pedagang dalam menjual barang dan kemampuan dalam meningkatkan kinerja untuk menjual barang

---

<sup>44</sup> KBBI. “Kamus Besar Bahasa Indonesia (online)”, diakses pada tanggal 21 Desember 2022.

#### D. Kerangka Fikir



Berdasarkan gambaran kerangka pikir diatas. Penelitian ini memberikan gambaran umum mengenai penerapan etika bisnis Islam pada pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi dengan empat indikator, yaitu: tauhid, adil, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Empat indikator tersebut akan peneliti kaitkan dengan peningkatan daya saing pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi melalui tiga indikator yaitu: keunikan produk, kualitas produk, dan harga yang bersaing.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan proposal skripsi ini merujuk pada Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah yang diterbitkan oleh IAIN Parepare dengan merujuk kepada buku-buku metodeologi penelitian yang ada. Metode penelitian yang ada didalam buku tersebut mencakup beberapa bagian, yaitu jenis penelitian, subjek, objek, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data<sup>45</sup>.

#### A. Pendekatan Dan Fokus Penelitian

Metode penelitian adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan dengan cara mencari, mencatat merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporan<sup>46</sup>.

##### 1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian jenis lapangan (*Field Research*) yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang bertujuan untuk melakukan studi mendalam tentang suatu unit sosial sedemikian rupa sehingga menghasilkan gambaran yang terorganisir dengan baik dan lengkap mengenai unit sosial tersebut.

##### 2. Jenis Penelitian

---

<sup>45</sup> Tim Penyusun, “*Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*” (Makalah Dan Skripsi), (Edisi Revisi : Stain Parepare, 2013), h 27.

<sup>46</sup> Cholid Narkubo Dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Pt. Bumi Aksara, 2003) h.1.

Berdasarkan objek serta permasalahan yang akan diteliti, adapun jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu jenis penelitian yang berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan fakta-fakta yang ditemukan melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi<sup>47</sup>.

## **B. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

### 1. Lokasi

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti terjun langsung dilokasi penelitian, untuk memperoleh data dengan meminta izin kepada pedagang dan juga kepada unsur yang menjadi objek penelitian. Adapun lokasi penelitian yang akan diteliti berada di Pasar Lakessi Parepare

### 2. Waktu Penelitian

Peneliti dalam hal ini akan melakukan penelitian di pasar Lakessi wilayah Kota Parepare, Sulawesi Selatan dan waktu penelitian kurang lebih 3 bulan.

## **C. Fokus penelitian**

Berdasarkan judul yang diangkat oleh peneliti, maka fokus utama penelitian ini adalah mengenai etika bisnis Islam pedagang sandal dan sepatu di pasar lakessi dalam Peningkatan daya saing.

## **D. Jenis dan Sumber Penelitian**

Menurut jenisnya sumber data di bedakan antara data primer dan data sekunder<sup>48</sup>

:

<sup>47</sup> Tim Penyusun, " *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*" (Makalah Dan Skripsi), (Edisi Revisi : Stain Parepare, 2003), h. 30-36.

<sup>48</sup> Faridah Nugrahani *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Bahasa* (Solo : Cakra Books, 2014) h. 124.

### 1. Data primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang memuat data utama yakni data yang diperoleh secara langsung dilapangan, misalnya Narasumber atau informan. Oleh sebab itu wawancara mendalam merupakan teknik penggalian data yang utama dan sangat memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang sebanyak-banyaknya, yang lengkap dan mendalam. Dimana penelitian ini meliputi sumber atau dokumen yang dikumpulkan melalui wawancara kepada pihak yang bersangkutan mengenai etika bisnis dalam peningkatan daya saing pedagang. Adapun objek data primer dalam penelitian ini adalah pedagang sandal dan sepatu.

### 2. Sumber Data Sekunder

Data primer merupakan sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung dilapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat orang lain. misalnya : Buku, dokumen, foto dan statistik. Dimana Data sekunder dijadikan sebagai pelengkap atau yang utama apabila data primer tidak tersedia.

## E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

### 1. Teknik pengumpulan data

#### a) Wawancara mendalam (*Depth Interview*)

Wawancara yaitu suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan bertatap muka antara pewawancara dengan informan, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama<sup>49</sup>. Dasarnya wawancara merupakan teknik yang sering digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dan informasi dalam suatu penelitian. Dalam penelitian

---

<sup>49</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Prenada Media, 2011) h. 111.

ini, penulis melakukan wawancara dengan pihak yang terkait yaitu pedagang sandal dan sepatu.

b) Pengamatan (*observation*)

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja dan sistematis mengenai fenomena sosial dan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan<sup>50</sup>. Kegiatan observasi meliputi melakukan pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan<sup>51</sup>. Pengamatan ini bertujuan untuk mengamati etika bisnis di sebuah pasar lakessi.

c) Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Keuntungan menggunakan dokumentasi ialah biaya relative murah, waktu dan tenaga lebih efisien<sup>52</sup> dokumentasi ini akan mencari data-data yang berhubungan dengan etika bisnis Islam pada pedagang sandal dan sepatu di pasar lakessi

## F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu uji kepercayaan (*credibility*) dan uji kepastian (*confirmability*). Uji kredibilitas berfungsi untuk; Pertama, melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada

---

<sup>50</sup> Abdurahman Dudug, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta : Kurnia Alam Semesta, 2020) h. 23.

<sup>51</sup> Sarwano Jonatan *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006) h. 224.

<sup>52</sup> Husaini Usman Dan Purnomo Setiady Akbar *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta : Bumi Akrasa, 2006) h. 69.

kenyataanganda yang sedang diteliti.<sup>53</sup> Uji keabsahan data yang digunakan dalam uji kredibilitas adalah uji *triangulasi* data.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan kebsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan sumber lainnya.<sup>54</sup> Dalam penelitian ini, metode triangulasi yang digunakan peneliti adalah pemeriksaan melalui sumber, waktu, dan tempat. Pemeriksaan melalui sumber adalah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda.

Manfaat adanya triangulasi, peneliti dapat me-recheck temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Untuk itu maka peneliti dapat melakukannya dengan cara mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan, mengeceknya dengan berbagai sumber data, atau memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan dapat dilakukan<sup>55</sup>

### **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif. Menurut S. Nasution, analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum turun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Namun dalam penelitian

---

<sup>53</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Peneliitan Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,2004),h.324.

<sup>54</sup> Lexy J. Moleong, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, h.330

<sup>55</sup> Lexy J. Moleong, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, h.322.

kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data.<sup>56</sup>

Secara umum, dalam penelitian kualitatif analisis data banyak menggunakan model analisi yang dicetuskan oleh Miles dan Huberman yang sering disebut dengan metode analisis data interaktif.<sup>57</sup> Analisi data tersebut ada tiga tahapan yaitu reduksi data, display data dan kesimpulan.

a. Reduksi Data

Reduksi data berarti mengumpulkan data kemudian dipilih dan difokuskan pada hal-hal yang penting yang kemudian dicari pola dan temanya. Hal ini bertujuan agar data yang direduksi dapat lebih jelas sehingga lebih mempermudah peneliti.

b. Display Data (Penyajian Data)

Data yang telah direduksi maka selanjutnya akan dilakukan penyajian data. Menurut Miles dan Huberman, dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dengan teks yang berifat naratif. Penyajian data dilakukan untuk mempermudah dalam memahami apa yang terjadi dan kemudian menentukan rencana kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami sebelumnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak. Hal ini dikarenakan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah meneliti di

---

<sup>56</sup> H Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020). h.86

<sup>57</sup> H Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020). h.87

lapangan. Kesimpulan ini dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, maupun hipotesis atau teori.<sup>58</sup>



---

<sup>58</sup> H Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020). h.86 h.90

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang**

Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip dan norma dimana pelaku bisnis harus memiliki komitmen dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya. Dari banyaknya pilihan di pasar, pelanggan akan memilih yang mereka sukai. Oleh karena itu para pedagang berlomba-lomba untuk merebut hati para pelanggannya agar pembeli membeli dagangannya. Salah satu cara merebut pelanggan yaitu pedagang harus beretika yang baik agar pelanggan bisa menyukainya. Etika bisnis merupakan tata cara pengelolaan bisnis yang berdasarkan al-quran dan hadist. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut:

##### **1. Nilai Tauhid**

Penerapan prinsip tauhid pada pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi, para pedagang telah menerapkan prinsip tauhid ini, dengan cara pedagang tidak membeda-bedakan pembeli dan juga saling memiliki hubungan yang baik antar pedagang, dan meninggalkan perbuatan yang tidak beretika dan berusaha untuk bersikap amanah. Karena tujuan utama para pedagaang di Pasar Lakessi bukan semata-mata hanya mencari materi semata namun juga non materi. Seperti terciptanya suasana persaudaraan antar pedagang, kepedulian sosial dan sebagainya. Seperti yang diungkapkan oleh H. Muh Djafar selaku pedagang sandal dan sepatu dalam wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa:

“Kalau saya menjual, selaluka berusaha untuk selalu kasih bagus hubungan ku dengan semua pedagang, kalau lagi sepi,

saya suka itu jalan-jalan pergi cerita-cerita, bercanda-bercanda ketempatnya orang. Trus kalau untuk pembeli, selalu ka juga berusaha melayani dengan baik, dengan jujur, karena kalau tidak jujurki datang i nanti protes trus tidak mau mi membeli di saya. Karena kalau tidak jujurki juga nanti tidak berkah yang di dapat, nanti selaluki merasa tidak cukup, baru malas mki beribadah, padahal sementara jki di dunia. Itu saja yang penting jujurki karena tidak ada orang yang tidak suka dengan orang jujur, apalagi pembeli pasti suka kalau penjual yang jujur, karena kalau di dapatmi itu kepercayaannya pembeli, dikita mi itu selalu membeli.”<sup>59</sup>

Dari penjelasan H. Muh Djafar sebagai pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi, ia selalu berusaha agar menjalin hubungan yang baik pada semua pedagang, dan berusaha menjauhi transaksi-transaksi yang dilarang oleh agama, menurutnya kejujuran sangat penting dalam berdagang dan jika pembeli telah memberikan kepercayaannya pembeli tersebut akan menjadi loyal dan dagangannya akan menjadi berkah. Seperti yang dikatakan oleh Hj. Ariati sebagai pedagang sandal dan sepatu yaitu:

“Hubunganku sesama pedagang sandal dan sepatu cukup baikji , kadang saling tolong menolong dalam penjualan misalkan saya jualkan barangnya baru kadang juga dia jualkan barangku, karena ku tau haruski menjaga hubungan baik apalagi sama tetangga tempat ta karena sempat kapan-kapan butuhki bantuannya, karena pernah ka juga dengar haruski menjaga hubungan dengan Allah dan hubungan ke sesama manusia. Kalau saya kutawarkan barang jualanku kadang kutanya orang cari apaki? Sandal untuk apa? Trus ku kasih mi sesuai yang nabutuhkan, karena memang kita sebagai pedagang hruski bisa memenuhi kebutuhannya pembeli, artinya haruski selalu update barang baru. Dan menurutku saya ini menjual bukan hanya untuk mencari rezeki saja, tapi kuanggap i juga sebagai ibadah, karena enak kurasa kalau bisaka memenuhi apa yang dibutuhkan orang dalam hal sandal dan sepatu karena sama-sama ki untung, dia untung karena sebagian kebutuannya terpenuhi dan saya untung dari penjualanku. Kalau baik ji juga

---

<sup>59</sup> H. Muh Djafar, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi Parepare, 11 April 2023

niat ta dalam menjual insyaAllah itu berkah, banyak langganan.<sup>60</sup>

Pedagang sandal dan sepatu yang ada di Pasar Lakessi menyadari bahwa berdagang bukan hanya sekedar mencari keuntungan semata namun merupakan bagian dari ibadah jika dilakukan dengan keyakinan dan senantiasa mengharapkan ridha dari Allah Swt. Hal yang serupa juga dikatakan oleh Hj Muliani sebagai pedagang sandal dan sepatu:

“Hubunganku dengan para pedagang sandal dan sepatu baikji, apalagi yang dekat-dekat tempatku, selalu ki mangacara, selaluki juga jalan-jalan kalau pulang pasar, dan kalau sekarang biasa ki bukber karena bulan puasa, intinya ini seperti rumah keduaku, walaupun sebenarnya saingan itu, tapi tidak kupikirji karena rezeki sudah di atur sama Allah. Sepertiji penjual yang lain, pasti bertanyaki dulu apa yang na cari apa yang nabutuhkan. Seperti pada umumnya saya menawarkan dagangan saya dengan cara menanyakan kepada pembeli apa kebutuhannya, kemudian saya menawarkan barang yang dimaksud. Tujuan saya berdagang bukan hanya sekedar mengejar keuntungan duniawi semata, namun juga keuntungan akhirat, karena saya sering mendengarkan ceramah bahwa harta hanya titipan dan tidak akan dibawa mati, namun kita harus berikhtiar dalam mencari rejeki. Jadi jika kita berdagang semuanya dimulai dari niat, jika kita berniat berdagang karena Allah sudah pasti bernilai ibadah dan mendapatkan pahala, pasti kita dijauhkan dengan perbuatan yang buruk, tetapi jika niat kita berdagang bukan kerena Allah pasti keuntungannya tidak diberkahi.”<sup>61</sup>

Berdasarkan pernyataan Hj. Muliani salah satu pedagang sandal dan sepatu di pasar Lakessi, menjual bukan hanya semata-mata mencari keuntungan tapi juga niatkan sebagai ibadah agar rezeki yang di dapat menjadi berkah dan

---

<sup>60</sup> Hj. Ariati, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi Parepare, 9 April 2023

<sup>61</sup> Hj. Muliani, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi Parepare, 10 April 2023

saling menguntungkan tanpa ada yang dirugikan baik itu pembeli maupun penjual.

Selain Hj. Muliani, hal ini juga diungkapkan oleh Hj. Maryam, pedagang sandal dan sepatu mengatakan bahwa:

“Hubunganku dengan pedagang lainnya baikji, karena memang haruski menjaga hubungan baik sama smua manusia apalagi tetangga walaupun dipasar karena pasti kalau ada apa-apa diaji tolongki, karena kadang to baku jual-jual barangki kalau misalkan habismi stok barang yang dipunya. Trus kalau untuk kepembeli selaluka juga berusaha berikan yang terbaik, apalagi kalau ada barang baru itu trus kulihatkan karena lebih update modelnya dan pasti masih lengkap ukurannya. Dan sebisa mungkin saya merekomendasikan yang terbaik dan menjelaskan secara spesifik barang yang saya tawarkan. Selaluka mau kasih yang terbaik sama pembeliku supaya puas i belanja di saya dan datang berulang-ulangmi belanja di saya dan saya tidak hanya menjual barang yang halal tapi menurut saya transaksi yang saya lakukan juga harus halal.”<sup>62</sup>

Berdasarkan pernyataan dari para pedagang sandal dan sepatu, peneliti menyimpulkan bahwa niat baik dalam melakukan usaha akan selalu bernilai ibadah dan selalu mendapatkan pahala, berdagang bukan hanya semata-mata untuk mendapatkan keuntungan yang banyak namun juga memperoleh berkah dari Allah Swt. Aturan berdagang yang menegakkan larangan yang memperdagangkan barang-barang yang diharamkan, dengan menjalin kerja sama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap dengki. Sebagaimana yang telah dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw dalam menjalankan perniagaannya.

---

<sup>62</sup> Hj. Maryam, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi 11 April 2023.

## 2. Kesimbangan (adil)

Islam mengharuskan untuk selalu berbuat adil, termasuk pada orang yang tidak disukai sekalipun baik dari lingkungan dan aktivitas kerja, adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, dan hak Allah dan Rasulnya berlaku pemangku kepentingan dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sesuai aturan syariah. Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional dan objektif dan dapat dipertanggung jawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Hj. Arni sebagai pedagang sandal dan sepatu dengan peneliti, mengatakan:

“Selalu ku usahakan untuk bersikap baik dan adil janganakan sama pembeli, sama pedagang juga, kalau sama pembeli haruska berikan harga yang wajar supaya pembeliku bisa kembali beli disaya karena murah dan melayani semua dengan baik tidak memandang apapun termasuk umur, suku, agama, atau penampilan karena semua kalangan samaji, mulai dari anak muda sampai orangtua kuladeni dengan baik, seperti kalau mau mencoba sepatu kukasih kursi untuk duduk dan harus kesemua calon pembeliku kalau misalkan tidak adami kursiku biasa pinjamka kursinya tetanggaku. Itu makanya juga haruska bersikap baik dan adil sama tetanggaku, bukan hanya tetangga tapi semuanya, seperti mi itu tadi bisa ki saling pinjam meminjam. Bukan hanya sesama pedagang, haruska juga bersikap adil sama dua karyawanku, kalau waktunya gajian saya gajimi tepat waktu, karena biasa ada yang suka mengulur-ngulur gajinya karyawannya. Kalau saya haruska bayar i karyawanku tepat waktu karena pasti butuh i uang dan mauka kalau karyawanku jujur dan setia sama saya, jangan sampai dengan ketidak adilanku nanti berbuat jahat i dan saya sendiri yang kena. Karena yang kutau apa yang kau tanam itu juga yang akan kau tuai, jadi sebisa mungkinka bersikap adil sama semua orang, supaya yang baik-baik juga datang sama saya.”<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup> Hj. Arni, Pedagang Sandal dan Sepati, wawancara di Pasar Lakessi, 12 April 2023

Dunia kerja dan bisnis syariah memang menekankan untuk berperilaku adil termasuk pada orang yang tidak disukai sekalipun. Adil dalam Islam diperuntukkan dalam memenuhi hak orang lain, hak lingkungan sosial, dan hak pemangku kepentingan dari perilaku seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya yang sesuai dengan aturan syariah. Tidak melaksanakan hak dapat menempatkan orang pada kedzaliman. Karena yang adil lebih dekat dengan ketakwaan.<sup>64</sup>

Hal yang sama diungkapkan oleh H. Muh Djafar selaku pedagang sandal dan sepatu dalam wawancaranya mengatakan:

“Berusahaka selalu melayani pembeliku sebaik dan seadil mungkin, seperti kalau ada pembeli pertama saya kasih kursi untuk duduk mencoba sandal atau sepatu hruska juga kasih kursi atau fasilitas yang sama kepada pembeliku yang lain. Dan selaluka berusaha untuk menawarkan barang yang bagus ke calon pembeliku karena mauka kalau pembeliku percaya kalau barang yang saya jual itu bagus kualitasnya, kalau dia sudah percaya pasti bakal beli terus di saya, karena seperti kudzalimi pembeliku kalau kukasih barang yang kutau memang tidak bagus dengan harga normal, dan pernah ka dengar kalau orang-orang yang berbuat dzalim bakal jauh sama ketakwaan. Itu makanya berusaha ka untuk selalu adil tidak hanya ke pembeli, ke sesama pedagang juga, seperti tidak kupajang barangku di batas tempatnya, apalagi kalau banyak saya kuambil tempat baru dia tidak, merasa ku dzalimi dan kuhindari sekali, karena orang yang di dekat tempat yang biasa tolongka apalagi kalau pergika sholat, pasti najagakan ka tempatku, bahkan pernah na jualkan ka barangku. Itumi kalau keberkahan dicari selalu ki merasa cukup.”<sup>65</sup>

Berdasarkan pernyataan dari Hj Muhammad Djafar bahwa melayani pembeli dengan baik dengan menawarkan barang yang berkualitas bagus akan

<sup>64</sup> Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis Dalam Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2007), h.91.

<sup>65</sup> H. Muh Djafar, *Pedagang Sandal dan Sepatu, wawancara di Pasar Lakessi, 12 April 2023*

mendapatkan kepercayaan pembeli jika barang yang dijual memiliki kualitas yang bagus, dan menentukan harga yang sesuai dengan kualitas barangnya agar tidak mendzalimi para pembeli.

Sebagaimana hasil wawancara yang diungkapkan oleh Hj. Ariati sebagai pedagang sandal dan sepatu, beliau mengatakan:

“Tidak pernahka beda-bedakan calon pembeliku, semuanya saya usahakan layani dengan baik, biasa saya kasih kursi untuk duduk, nyalakan kipas jika memang lagi kepanasan dan itu saya lakukan kesemua calon pembeliku tanpa ada kubeda-bedakan baik itu dari apapun, karena haknya memang pembeli untuk dilayani sebaik mungkin dan saya usahakan juga tidak berbuat dzalim sama pembeliku, selalu memang kutunjukkan barang-barang yang kualitasnya masih bagus dan haruska memang selalu update-update mengenai model terbaru karena haruski selalu imbangi kebutuhannya pembeli walaupun setau kalau kebutuhannya tidak terbatas. karena kuhindari untuk berbohong, selain tidak berkah, tidak mauka juga rusak kepercayaannya pembeliku. Dengan saya layani pembeliku sebaik dan seadil mungkin dan saya jaga kepercayaannya pembeliku Alhamdulillah sampai luar kota langganan ku. Dan haruska juga berlaku adil kepada karyawanku, haruska kasih makan i kalau siang karena itu memang perjanjiannya, tapi karena sekarang bulan puasa itu uang makan siangnya saya kasih berupa uang tanpa saya kurangi juga gajinya, bahkan saya tambah jika memang lagi ramai. Tapi kalau mereka sudah tidak mampu untuk berpuasa, saya kasih makanan. Dan saya juga menjaga agar untuk tidak medzalimi karyawan saya dengan tidak memberinya makan siang, karena melakukan itu selain menghindari kedzaliman saya juga ingin kalau karyawan-karyawan saya betah bekerja sama saya.”<sup>66</sup>

Berdasarkan pernyataan dari Hj Ariati sebagai pedagang sandal dan sepatu peneliti menyimpulkan bahwa berlaku adil pada semua orang termasuk pedagang lain, karyawan, dan pembeli. Berlaku adil pada karyawan dengan tidak mendzaliminya dengan megambil waktu makan siangnya untuk bekerja. Berlaku adil pada pembeli dengan melayani dengan baik dan menunjukkan barang yang

---

<sup>66</sup> Hj. Ariati, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi 13 , April 2023

model terbaru, karena menurutnya pedagang harus selalu mengupdate barang-barangnya.

Pendapat yang sama diungkapkan oleh Hj. Maryam selaku pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi, beliau mengatakan:

“Selaluka berusaha baik dan adil kepada calon-calon pembeliku, seperti misalnya saya tawarkan barang dan tanpa sepengetahuan ku ternyata itu barang cacat sedikit tapi itu pembeli tidak masalah, jadi ku kasih dibawah harga yang biasanya selalu saya jual. Tidak mau jika kalau merasa tidak adil narasa itu pembeli e, karena harga yang masih bagus sama harga yang sudah cacat sama, sebenarnya itu tidak terlalu merugikan, karena lebih rugi ka kalau tambah rusak sendiri itu barang sampai-sampai tidak bisa dijual. Karena memang dalam berdagang tidak selamanya selalu untung. Tapi dengan begitu pasti juga tertarik pembeli datang kembali karena dikasih harga murah.”<sup>67</sup>

Dari wawancara yang telah dilakukan mengenai prinsip keseimbangan (adil) pedagang telah menerapkan dengan cara berusaha menyediakan barang dan pelayanan terbaik untuk semua pembeli dan calon pembelinya sesuai dengan kebutuhan, dan menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang, dan tidak mengambil banyak keuntungan dalam penjualan agar para konsumen mudah menjangkaunya, dan membuat mereka menjadi loyal dan juga tidak merusak harga dengan banting harga demi menjatuhkan pesaing karena dapat menghilangkan keseimbangan antara permintaan dan penawaran suatu barang,

### **3. Nilai Kehendak Bebas**

Selanjutnya pengimplementasian nilai kebebasan. Nilai kebebasan yang dimaksud peneliti disini yaitu memberikan kebebasan pada pedagang lain untuk berjualan di dekatnya, seperti yang dilakukan oleh pedagang sandal dan sepatuu di pasar lakessi, mereka memperbolehkan pedagang lain untuk menjual di dekat

---

<sup>67</sup> Hj. Maryam, Pedagang Sandal dan sepatu, wawancara di Pasar Lakessi, 12 April 2023

tempatnya, mereka juga tidak melarang pedagang lain menjual barang yang sama, karena mereka percaya rejeki tidak akan tertukar seperti yang dikatakan oleh Hj Muliani dalam wawancaranya dengan peneliti mengatakan bahwa:

“Tidak masalah jika saya berdekatan dengan penjual yang sejenis asalkan tidak saling menjatuhkan, karena begitu ini memang aturannya di Pasar Lakessi untuk lebih memudahkan pembeli mencari sesuai kategori, memang persaingannya makin ketat kalau berdekatan, tapi saya yakin rezeki tidak bakal tertukar.”<sup>68</sup>

Berdasarkan pernyataan Hj. Muliani sebagai salah satu pedagang sandal dan sepatu di pasar lakessi, persaingan memang ada tapi bukan untuk sebagai jalan untuk menjatuhkan satu sama lain, karena kita sama-sama mencari rejeki untuk keluarga.

Hal senada juga diungkapkan oleh Hj. Maryam sebagai salah satu pedagang sandal dan sepatu di pasar lakessi, dalam wawancaranya dengan peneliti mengatakan bahwa:

“Saya tidak punya hak untuk melarang seseorang untuk berjualan di sampingku, karena memang begitu di Pasar Lakessi saling dikelompokkan penjual yang sejenis, dan selama keberadannya tidak menghalangi saya dalam mencari rezeki, tidak keberatan jika bahkan kalau banting harga tapi tidak dengan niat merusak harga pedagang lain tidak masalah jika, malahan kusukaji karena bisaki saling menjualkan barang. Karena kutau sama-sama jika juga berusaha untuk mencari rezeki yang halal untuk keluarga.”<sup>69</sup>

Berdasarkan pernyataan yang diungkapkan oleh Hj. Maryam sebagai salah satu pedagang sandal dan sepatu yang ada di pasar lakessi, persaingan memang selalu ada, dan sangat penting untuk menjaga hubungan baik antar manusia, bersaing secara sehat dan tidak menjatuhkan.

---

<sup>68</sup> Hj. Muliani, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi, 13 April 2023

<sup>69</sup> Hj. Maryam, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi, 10 April 2023

Melihat hasil wawancara tersebut, kebebasan juga dapat diartikan bahwa pedagang tidak memaksa untuk pembeli untuk membeli barang dagangannya. Pembeli memiliki kebebasan membeli barang di tempat yang dia inginkan, berdasarkan pernyataan ini Hj. Ariati selaku pedagang sandal dan sepatu dalam wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa:

“Tidak pernahka paksa orang untuk beli barangku karena kutau kalau dipaksa pasti risih dan pasti beranggapan kalau ternyata barang yang ditawarkan itu tidak bagus. Jadi tugasku saya kujelaskan ji dengan benar barangku, kalau berminat dan sama-sama cocok Alhamdulillah, kalau tidak saya tidak akan paksa. Karena kalau dipaksa kehendaknya orang pasti tidak nyaman dan bakalan takutmi pergi kedua kalinya.”<sup>70</sup>

Berdasarkan pernyataan dari Hj. Ariati sebagai salah satu pedagang sandal dan sepatu di pasar lakessi, peneliti menyimpulkan bahwa transaksi terjadi apabila adanya sikap suka sama suka dan rela sama rela pada barang yang ditawarkan agar pembeli juga merasa puas dengan pilihannya.

Masalah kebebasan ekonomi merupakan tiang pertama dalam struktur pasar syariah, kebebasan di dasarkan atas ajaran-ajaran fundamental syariah atau dengan kata lain dasar kebebasan ini merupakan konsekuensi logis, dari ajaran tauhid dimana dengan pernyataan tidak ada tuhan selain Allah, yang berarti manusia terlepas dari perbudakan baik dari alam maupun oleh manusia sendiri.<sup>71</sup>

Setiap orang memiliki kebebasan untuk melakukan semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemashlahatan yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya uuntuk dikelola dan dimanfaatkan agar mencapai kesejahteraan hidup, akan tetapi dalam Islam kebebasan dibatasi oleh nilai-nilai

---

<sup>70</sup> Hj. Ariati, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi, 11 April 2023

<sup>71</sup> Monzer Kahf, Ph. D, *Ekonomi Islam* (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Ekonomi Islam), (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1955), h.51-53

syariah.<sup>72</sup> Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada di dalam diri bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah swt. Seperti yang diungkapkan Hj. Arni dalam wawancaranya dengan peneliti mengatakan:

“Semua orang memiliki kebebasan untuk membeli dan berdagang, tapi harus saling menghargai seperti tidak membanting harga dengan tujuan ingin merusak harga pedagang lain, dan juga tidak mengambil pembeli orang lain seperti memanggil pembeli di tempat orang lain dan tiba-tiba menawarkan dengan harga yang lebih murah, saya rasa kehendak bebas demikian yang dilarang oleh Islam, karena merugikan sebagian pihak.”<sup>73</sup>

Dari pernyataan Hj. Arni peneliti dapat menyimpulkan kehendak bebas memang dianjurkan oleh agama namun kehendak bebas itu memiliki sifat terbatas, karena jika saling merugikan itu sudah dilarang oleh agama.

#### 4. Nilai Tanggung Jawab

Pengimplementasian Nilai Tanggung Jawab yang mana dilakukan oleh manusia untuk melakukan kehendak bebas dengan adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi keadilan dan kesatuan. Di dalam berlaku, terutama di dalam etika bisnis, manusia harus mampu bertanggung jawab saat memiliki kehendak bebas. Seperti yang diungkapkan oleh H. Muh Djafar pedagang sandal dan sepatu dalam wawancaranya dengan peneliti mengatakan bahwa:

“Kalau ada pembeli yang komplain dengan barang yang baru saja dia beli karena cacat/rusak saya bertanggung jawab untuk menukarnya dengan yang lebih baik tapi dengan harga yang sama, sebenarnya memang rugi tapi itu sudah resiko, karena memang menjadi penjual itu tidak selamanya untung terus, kadang juga banyak ruginya. Saya

---

<sup>72</sup> Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Syariah (P3EI) Universitas Syariah Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia (Ekonomi Syariah) (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), h.68

<sup>73</sup> Hj. Arni, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi, 8 April 2023

ganti barangnya supaya dia tidak kapok berbelanja di tempatku dan mauka juga kalau pembeliku puas berbelanja ditempatku jadi haruska amanah .”<sup>74</sup>

Berdasarkan pernyataan H. Muh Djafar selaku pedagang sandal dan sepatu yang ada di pasar lakessi peneliti menyimpulkan bahwa bertanggung jawab merupakan hal yang sangat penting apalagi dalam perdagangan , karena dengan kita bertanggung jawab dengan produk kita, pembeli akan melakukan pembelian berulang. Hal yang sama diungkapkan oleh Hj. Maryam dalam wawancaranya dengan peneliti mengatakan:

“Kita sebagai penjual harus memang bertanggung jawab kalau ada barang yang cacat atau ukuran yang tidak sesuai, saya sendiri menerima apalagi ukurannya yang tidak sesuai saya akan menggantikannya dengan ukuran yang dimau, jika sudah tidak ada saya lihatkan barang lain yang sama harganya, jika mau tinggal ganti tapi jika mau diatas harga yang diambil, harus tukar tambah, sebenarnya sedikit rugi, apalagi sekarang bulan puasa lagi ramai-ramainya, kalau lambat ditukar, bisa jadi itu sudah tidak laku nanti. Tapi itu memang resikonya dan saya hanya bisa lakukan yang terbaik agar pembeli saya puas. Agar mereka tidak kapok berbelanja di saya.”<sup>75</sup>

Tanggung jawab juga dapat diartikan tolong menolong sesama pedagang karena persaudaraan dan rasa empati, karena sebagai muslim kita memiliki tanggung jawab untuk menolong orang-orang yang lagi kesusahan selama kita mampu menolong. Seperti yang dikatakan Hj. Muliani pedagang sandal dan sepatu dalam wawancaranya dengan peneliti mengatakan bahwa:

“Jika sesama pedagang sandal dan sepatu kesusahan, baik itu meminta pertolongan menitipkan tempatnya sebentar, ataupun secara teknis seperti lampu padam, maupun menjualkan barang pedagang lain karena barang kita lagi kosong, atau meleraikan pertengkaran antar, karena menurutku tanggung

<sup>74</sup> H. Muh Djafar, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi, 22 April 2023

<sup>75</sup> Hj. Maryam , Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi, 15 April 2023

jawab itu sebagai sesama pedagang yang harus saling membantu.”<sup>76</sup>

Melihat hasil wawancara mengenai tanggung jawab, bahwa pedagang bertanggung jawab atas apa yang dijualnya, harus bertanggung jawab dengan apa yang pembeli komplain dan juga tanggung jawab untuk menolong sesama pedagang yang lagi kesusahan.

## **B. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang di Pasar Lakessi**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti dengan informan kaitannya dengan faktor apa yang mempengaruhi pemahaman etika bisnis Islam, peneliti dapat membagi dua aspek penting yang menjadi indikator tingkat pemahaman pada para pedagang sandal dan sepatu di pasar lakessi, diantaranya tingkat pengetahuan agama, dan pengalaman.

### **1. Faktor Agama**

Agama memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi perilaku sosial. Seseorang yang mempunyai pemahaman agama yang luas, pasti memiliki perilaku sosial yang baik. Karena pada hakikatnya, setiap agama terdapat kebaikan di dalamnya. Dari observasi yang telah dilakukan peneliti sebagian pedagang di Pasar Lakessi memiliki pengetahuan yang luas mengenai agama, seperti yang diungkapkan oleh Hj.Maryam:

“Selaluka berusaha untuk menjalankan kebaikan karena memang di dalam agama di perintahkan ki untuk selalu berbuat baik ke siapapun, dan selaluka berusaha jaga sholat sunnah ku, meskipun lagi dipasarka, saya rasa semua nikmat yang ku terima belum sebanding dari ibadahku saat ini yang belum ada apa-apanya, dan menurutku ibadah yang saya lakukan perlahan-lahan membuat saya berbuat kebaikan.”

Dari penjelasan Hj. Ariati mengatakan:

---

<sup>76</sup> Hj. Muliani, Pedagang Sandal dan Sepatu, wawancara di Pasar Lakessi, 27 April 2023.

“Saya tau mengenai agama bukan dari pendidikan terakhirku, karena itu sudah lama, dan saya banyak tau anjuran-anjuran agama dari ceramah-ceramah yang selalu saya putar di hp kalau sudah sholat subuh, dari situ kadang buatka sadar kalau berdagang sebaiknya bertanggung jawab, adil, jujur dan ramah.”<sup>77</sup>

Dari penjelasan Hj. Muh Djafar mengatakan:

“Mengenai pengetahuan agama, sebenarnya saya belum memiliki pengetahuan yang banyak , namun saya sering berkumpul dengan orang-orang di masjid, bertukar cerita, saling menasehati, dan ikut kajian juga. Mungkin secara tidak sengaja itu perlahan-lahan ubahka menjadi lebih baik.

Hj. Muliani Pedagang sandal dan sepatu di pasar sentral Lakessi yang aktif dan cermat mendengarkan ceramah ceramah baik itu di media sosial maupun ceramah yang dilakukan setiap masjid. Beliau mengungkapkan bahwa:

“Alhamdulillah saya selalu berusaha melakukan apa yang disampaikan oleh para penceramah yang saya dengarkan baik di sosial media maupun di masjid secara langsung dengan tema perilaku dalam berdagang terkhususnya.”<sup>78</sup>

Berdasarkan pernyataan para pedagang, peneliti menyimpulkan bahwa pengetahuan agama dapat berpengaruh penting bagi perilaku seseorang dan pengetahuan agama tidak hanya di dapatkan di sekolah, namun banyak tempat lain yang dapat menambah pengetahuan agama seperti kajian-kajian, atau ceramah-ceramah yang ada di sosial media..

## 2. Faktor Pengalaman

Pengalaman ketika di artikan dalam bahasa yunani yaitu “Empiris” adalah pengalaman, secara luas pengalaman yaitu suatu

<sup>77</sup> Hj. Ariati, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi 10 April 2023

<sup>78</sup> Hj. Muliani, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi 11 April 2023

tindakan yang telah dilalui, dijalani maupun dirasakan yang tersimpan secara otomatis dalam pemikiran manusia dan dapat digunakan disuatu saat nanti. Pengalaman juga bisa dikatakan proses pembelajaran lampau. Dari pengalaman banyak hal yang menjadi evaluasi dari diri seseorang yang menjadi pengalaman dalam hidupnya. Seperti hal yang diungkapkan oleh H. Muh Djafar sebagai pedagang sandal dan sepatu:

“Menurutku guru yang paling baik itu pengalaman karena pengalaman yang tidak baik bisa ajarki untuk lebih baik lagi kedepannya, seperti dalam menentukan harga, dan bersikap pada pembeli.

Berdasarkan yang disampaikan oleh H. Muhammad Djafar peneliti menyimpulkan bahwa pengalaman merupakan pembelajaran yang terbaik. Hal yang sama dikatakan Hj. Ariati sebagai pedagang sandal dan sepatu.

“Lama mka berjualan sekitar puluhan tahun, soal pengalaman selama ini sudah banyak dan bisa menjadi pembelajaran untuk kedepannya, menurutku pengalaman sangat berpengaruh terhadap perilaku pedagang dalam menghadapi konsumen karena dari pengalaman bisaki belajar sifat-sifat konsumen yang berbeda dan kutaumi juga dimana waktu yang ramai pembeli sama yang sepi.”

Selanjutnya pernyataan yang sama di ungkapkan Hj. Arni:

“Menurut saya pengalaman cukup berpengaruh terhadap perilaku pedagang dalam berjualan, karena pengalaman dijadikan sebagai tempat mengambil pelajaran dari hal ini sangat mempengaruhi terhadap pola dan cara pedagang jika berinteraksi secara langsung dengan pelanggan.

Berdasarkan pernyataan informan diatas pengalaman merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen, banyaknya pengalaman dapat menjadikan pembelajaran tersendiri untuk

mengatasi permasalahan para pedagang yang ada dan dapat mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen pada waktu itu.

### **C. Peningkatan Daya Saing Pedagang Sandal dan Sepatu Prespektif Etika Bisnis Islam**

Persaingan bisnis adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, atau sumber daya yang dibutuhkan. Secara umum persaingan dapat dikatakan sebagai persetujuan antar pelaku bisnis yang independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang dan jasa yang baik pula.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti dengan informan kaitannya dengan faktor peningkatan daya saing, peneliti dapat membagi tiga aspek penting yang menjadi indikator peningkatan daya saing pada para pedagang sandal dan sepatu di pasar lakessi, diantaranya keunikan produk, kualitas produk dan harga bersaing.

#### **1. Keunikan Produk**

Keunikan produk yang dimiliki oleh pedagang dapat membedakannya dengan produk pesaing atau produk umum yang ada dipasaran, sehingga mampu memiliki daya tarik bagi pelanggan. Seperti yang dikatakan oleh Hj. Maryam:

“Saya selalu berusaha supaya barangku selalu update itumi setiap mingguka selalu ambil barang lagi, seperti sandal yang lagi unik-unik yang banyak dicari orang-orang yang belumpi banyak orang yang jual”.<sup>79</sup>

Berdasarkan pernyataan yang diungkapkan oleh Hj. Maryam pendapat yang sama diungkapkan juga oleh Hj. Ariati, mengatakan bahwa:

“Saya akhir-akhir ini jarang-jarang lagi ambil barang, tapi kalau saya ambil, saya usahakan yang ganjil memang, yang

---

<sup>79</sup> Hj. Maryam, Pedagang Sandal dan Sepatu, *Wawancara* di Pasar Lakessi 11 April 2023

tidak adapi orang jual i di pasar, itumi makanya biasa ambilka dari Jakarta langsung. Karena memang kalau ganjil-ganjil barang tidak sulit dijual karena tidak ada saingannya dan tidak ada bisa rusak hargata. Karena pembeli sekarang juga kurang berminat mi beli yang model-model lama.”<sup>80</sup>

Berdasarkan pernyataan para pedagang diatas dapat disimpulkan bahwa barang yang unik memiliki daya tarik tersendiri, dan barang yang unik menghasilkan persaingan yang cukup rendah, karena tidak ada persaingan harga yang sangat ketat.

## 2. Kualitas Produk

Memilih produk yang berkualitas untuk dijual merupakan hal yang bijak yang harus dilakukan oleh semua pedagang karena dengan menjual produk yang berkualitas tinggi bisa mendapatkan kepercayaan konsumen, seperti yang diungkapkan oleh Hj. Muliani dalam wawancaranya dengan peneliti:

“Saya kalau mau beli barang yang untuk dijual kembali, kulihat juga kualitasnya, karena saya posisikan diriku juga jadi pemakai, bagaimana kalau cepat rusak terus harganya lumayan, jadi kalau saya lihat kurang bagus kualitasnya tidak mauka jual, dan itu juga barang-barang lamaku kalau jelek mi kualitasnya, kubuang mi atau biasa ku kasihkan saja orang karena kalau sebentarji napakai pembeli, pasti kapok mi membeli sama saya.”<sup>81</sup>

Berdasarkan pernyataan Hj. Ariati selaku pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi, peneliti menyimpulka bahwa memilih barang-barang berkualitas untuk dijual adalah hal yang penting bagi pedagang, agar tidak rugi karena barangnya rusak sendiri dan rugi karena kehilangan kepercayaan konseumen. Hal yang sama

<sup>80</sup> Hj. Ariati, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi 15 April 2023.

<sup>81</sup> Hj. Muliani, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi, 13 April 2023.

diungkapkan oleh H. Muh Djafar sebagai pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi:

“Saya kalau menawarkan barang, pasti kulihatkan itu pembeli yang bagus, karena kalau jelek kualitasnya atau rusakmi, pasti tidak maumi nabeli, dan kalau bagus kualitasnya yang kutawarkan pasti kembali membeli di saya karena percaya kalau barang-barang yang kujual bagus kualitasnya.”<sup>82</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa menjual barang yang memiliki kualitas yang bagus sangat penting untuk menarik dan mendapatkan konsumen agar para konsumen menjadi loyal dalam berbelanja.

### 3. Harga Bersaing

Dengan terciptanya produk yang unik dan berkualitas, pedagang juga harus bisa menyesuaikan harga agar dapat terjangkau dalam kata lain, tidak membebankan para pelanggan. Seperti yang diungkapkan oleh Hj. Muliani:

“Dalam menentukan harga saya tidak terlalu tinggi, yah mungkin harga awalnya tinggi tapikan ini pasar jadi harus ada harga penawaran, dan jika dalam harga penawaran itu ada untungnya biar sedikit pasti kujual apalagi kalau sepi-sepi pasar, karena kalau murah juga harga dikasihkan pasti menjadi langganan mi.”

Dari pernyataan Hj. Muliani, peneliti dapat menyimpulkan harga dipasar merupakan harga penawaran yang cukup bersaing dan untuk mentukan harga harus juga bisa bersaing pada pedagang lainnya, apalagi kalau pasar lagi sepi-sepinya. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Hj. Maryam:

---

<sup>82</sup> H. Muh Djafar, Pedagang Sandal dan Sepatu, *wawancara* di Pasar Lakessi, 22 April 2023

“Persaingan harga di pasar itu memang cukup rumit, apalagi untuk barang yang sama, kalau saya jual biar ambil untung sedikit karena daripada memberatkan pembeli juga dan barangnya nanti tinggal rusak karena tidak dipakai-pakai, jadi menurutku saya akan jual walaupun untung sedikit, tapi kuusahakan juga agar tidak rugi.”<sup>83</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas, peneliti dapat menyimpulkan harga di pasaran cukup bersaing karena banyak pedagang yang rela menjual murah barangnya walaupun mungkin itu untung sedikit.



---

<sup>83</sup> Hj. Maryam, Pedagang Sandal dan Sepatu, wawancara di Pasar Lakessi, 10 April 2023

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai implementasi etika bisnis islam dalam meningkatkan daya saing pedagang sandal dan sepatu di pasar lakessi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan nilai etika bisnis Islam dalam peningkatan daya saing pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi sudah baik dengan meneladani empat prinsip etika bisnis Islam yaitu: tauhid, adil, khendak bebas, dan tanggung jawab, dalam bentuk berupa, ramah, sopan terhadap siapa saja baik itu kepada pembeli atau sesama pedagang, bermurah hati, jujur, adil, menetapkan harga yang layak dan berkeyakinan bahwa Allah adalah pemberi rezeki
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan etika bisnis Islam pada pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi terdapat dua indikator yaitu: pengetahuan agama dan pengalaman, karena ketika pedagang memiliki pengetahuan agama yang luas pasti memiliki perilaku sosial yang baik, seperti dalam berdagang selalu menjaga hubungan baik kepada Allah dan kepada manusia. Dan dari pengalaman pedagang bisa belajar, seperti dalam melayani pembeli karena sudah memiliki pengalaman yang banyak pedagang dapat membedakan sifat dan sikap pada pembeli.
3. Faktor-faktor peningkatan daya saing ada tiga yaitu; keunikan produk, kualitas produk dan harga yang bersaing. Dengan menjalankan ketiga faktor tersebut daya saing dapat dikatakan meningkat karena dengan ketiga faktor tersebut bisa mendapatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan berdasarkan dari hasil penelitian yaitu:

1. Diharapkan para seluruh pedagang atau calon pedagang agar menggunakan cara berdagang yang benar sesuai dengan ajaran agama Islam, salah satunya dengan menerapkan empat prinsip dalam etika bisnis Islam agar pedagang dapat mencapai tujuan dunia yang berupa harta, kekayaan yang halal dan bermanfaat, serta tujuan akhirat yaitu bekal menuju surga.
2. Bagi pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi diharapkan untuk memperdalam pengetahuannya mengenai agama Islam dan tetap berpegang teguh dengan nilai-nilai atau aturan yang telah ditetapkan oleh syariat dalam menjalankan usahanya. Selain itu, berdaganglah semata-mata untuk mencari berkah dan ridho Allah swt. Jangan hanya mengejar keuntungan jika itu membahayakan dirimu dan juga orang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Qur'an Al-Karim.*

### **Buku**

Abdurahman Dudug, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta : Kurnia Alam Semesta, 2020)

Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007)

Ali Hasan, “*Manajemen Bisnis Syariah.*” Pustaka pelajar, 2009

Bachtiar Hasan Niraza, *Manajemen Bisnis* (Bandung: ISEI Bandung, 2004)

Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Prenada Media, 2011)

Cholid Narkubo Dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Pt. Bumi Aksara, 2003)

Devi Meyliana Savitri Kumalasari, *Hukum Persaingan Usaha*, (Malang: Setara Press, 2013)

Faridah Nugrahani *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Bahasa* (Solo : Cakra Books, 2014)

Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006)

Husaini Usman Dan Purnomo Setiady Akbar *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta : Bumi Akrasa, 2006)

Ika Yunita Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2023)

Ismail Sholihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktik dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006)

Jaih Mubarak, *fikih Mu'amalah Maliyah: Prinsip-Prinsip Perjanjian*, (Bandung: Simbiosis Perkatama Media. 2017)

- Kuncoro, “*Ekonomika Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru*”. Yogyakarta: Penerbit. 2007
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004),
- Monzer Kahf, Ph. D, *Ekonomi Islam* (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Ekonomi Islam), (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1955)
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007
- Nanang Fattah “*Landasan Manajemen Pendidikan*” (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h.143, 2008)
- P3L, *Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009)
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Syariah (P3EI) Universitas Syariah Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia (Ekonomi Syariah) (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014)
- Sarwano Jonatan *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006)
- Syaiful Sagala, *Manajemen Strategi dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009),
- Tabrani Rusyan, *Pendekatan Dalam Proses Belajar Mengajar*. Bandung, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010)

#### **Jurnal dan Skripsi**

- Ahmad Roihyddin, ‘*Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Mangkang Semarang Dalam Pandangan Etika Bisnis Islam*’ (UIN Walisongo Semarang, 2018)
- Annisa Mardatillah, “*Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*”, Jurnal, Vol. 6, No.1 (2013),
- Dewi Fatimah, ‘*Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Rakyat Kauman Tulungagung*’ (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: IAIN Tulungagung, 2009)

- Didi sukardi, et.al. “*Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Industry Tape Ketan Cibeureum*” Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Ekonomi Islam, Vol.3, No.2 (2018)
- Dyan Arrum Rahmadani, “*Perilaku Pedagang Di Pasar Trandisonal Petapamus Makassar Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam*” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: UIN Alauddin Makassar, 2017)
- Erni Setyaningsih, *Etika Bisnis Islam (Perspektif Islam, Etika bisnis konvensional dan perbedaannya)*, 2016
- H Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020)
- M P I Arinda Firdianti, *Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa* (Gre Publishing)
- Madiana, “*Implementasi Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang di Pasar Pannampu Kota Makassar*”, (skripsi; Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019).
- Sakaria, “*Perilaku Pedagang Buah-Buahan di Pasar Pekkabata Terhadap Konsumen (Perspektif Etika Bisnis Syariah)*”, (Skripsi; Fakultas Syariah dan Hukum Syariah: IAIN PAREPARE 2020).
- Tim Penyusun, “*Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*” (Makalah Dan Skripsi), (Edisi Revisi : Stain Parepare, 2013),
- Utari Evy Cahyani, “*Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami*”. At-Tijarah, Vol.2, No.1 (2016),
- Zulham Aprizal, “*Penerapan Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Sembako di Pasar Desa Pulau Palas*”, (Skripsi; Staiauliurrasyid Tembilahan, 2020).



**Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam IAIN Parepare**



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

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telpom (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 309 Parepare 91130, website: [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id), email: [mail@iainpare.ac.id](mailto:mail@iainpare.ac.id)

Nomor : B.1867/In.39/FEBI.04/PP.00.9/03/2023  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE  
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Di  
KOTA PAREPARE

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : DEAYULI ASHARI  
Tempat/ Tgl. Lahir : PAREPARE, 24 JULI 2001  
NIM : 19.2400.086  
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH  
Semester : VIII (DELAPAN)  
Alamat : JL. GELATIK, KELURAHAN UJUNG BARU, KECAMATAN  
SOREANG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENINGKATAN DAYA SAING PEDAGANG SANDAL DAN SEPATU (STUDI KASUS PASAR LAKESSI)**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Maret sampai selesai.

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

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

PAREPARE, 20 Maret 2023  
Dekan,



Muhammad Muhammadun

**Surat Rekomendasi Melaksanakan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare**

	SRN IP000252
<b>PEMERINTAH KOTA PAREPARE</b> <b>DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU</b> <i>Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111. Email : dpmpstp@pareparekota.go.id</i>	
<b>REKOMENDASI PENELITIAN</b> <b>Nomor : 252/IP/DPM-PTSP/4/2023</b>	
Dasar : <ol style="list-style-type: none"><li>1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.</li><li>2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.</li><li>3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.</li></ol>	
Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :	
<b>M E N G I Z I N K A N</b>	
KEPADA NAMA	: <b>DEAYULI ASHARI</b>
UNIVERSITAS/ LEMBAGA Jurusan	: <b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE</b> : <b>EKONOMI SYARIAH</b>
ALAMAT	: <b>JL. GELATIK, KEC. SOREANG, KOTA PAREPARE</b>
UNTUK	: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :
JUDUL PENELITIAN	: <b>IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENINGKATAN DAYA SAING PEDAGANG SANDAL DAN SEPATU (STUDI KASUS PASAR LAKESSI)</b>
LOKASI PENELITIAN	: <b>DINAS PERDAGANGAN KOTA PAREPARE (UPTD PASAR LAKESSI DAN PASAR SUMPANG MINANGAE)</b>
LAMA PENELITIAN	: <b>05 April 2023 s.d 05 Mei 2023</b>
a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan	
Dikeluarkan di: <b>Parepare</b> Pada Tanggal : <b>10 April 2023</b>	
<b>KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE</b>	
 <b>Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM</b> Pangkat : <b>Pembina Tk. 1 (IV/b)</b> NIP : <b>19741013 200604 2 019</b>	
<b>Biaya : Rp. 0.00</b>	

## Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian Dari Kantor Dinas Perdagangan



PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE  
DINAS PERDAGANGAN

Jln Jenderal Sudirman No. 6 ☎ (0421) 21426 Fax. (0421) 28132 email dinas  
perdagangan@pareparekota.go.id & dinas.perdagangan.pare@gmail.com  
P A R E P A R E

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 400.7.22.1/329/disdag

Yang bertanda tangan di bawah ini :  
N a m a : Prasetyo Catur.K.SH,M.Si  
N i p : 19731013 200604 1 003  
Pangkat/Gol : Pembina Tk.I, IV/b  
Jabatan : Kepala Dinas Perdagangan Kota Parepare

**MENERANGKAN**

N a m a : DEAYULI ASHARI  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Alamat : Jl. Gelatik, Kel. Ujung Baru, Kec. Soreang, Kota Parepare  
Universitas : **Institut Agama Islam Negeri Parepare**  
Bahwa : Telah selesai melakukan Penelitian/Wawancara di UPTD  
Pengelola Pasar Dinas Perdagangan Kota Parepare  
berdasarkan surat Nomor 74/UPTD-PSR/IV/2023  
Tanggal 05 Mei 2023 guna menyelesaikan Skripsi  
dengan judul :

**"IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENINGKATAN DAYA SAING  
PEDAGANG SANDAL DAN SEPATU (STUDI KASUS PASAR LAKESSI)"**

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana  
mestinya

Parepare, 08 Mei 2023  
KEPALA DINAS,



**PRASETYO CATUR.K, SH, M.Si**  
Pembina Tk.I, IV/b  
Nip .19731013 200604 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK  
INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421)  
21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN  
PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : DEAYULI ASHARI  
NIM : 19.2400.086  
PRODI : EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUDUL : IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM  
DALAM PENINGKATAN DAYA SAING  
PEDAGANG SANDAL DAN SEPATU  
(STUDI KASUS PASAR LAKESSI)

**PEDOMAN WAWANCARA**

Daftar pertanyaan berikut ini bertujuan dengan tujuan untuk mencari dan mengumpulkan data untuk keperluan penelitian tentang Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang Sandal dan Sepatu Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan ini nantinya akan dijadikan sebagai data untuk kemudian dianalisis untuk memperoleh informasi penelitian. Adapun pertanyaan-pertanyaan yang akan disampaikan sebagai berikut :

1. Sudah berapa lama bapak/ibu berjualan sandal dan sepatu?

2. Bagaimana cara bapak/ibu menawarkan barang dagangan?
3. Apa tujuan bapak/ibu berdagang?
4. Bagaimana cara bapak/ibu menghindari hal-hal buruk dalam berdagang?
5. Apakah bapak/ibu pernah merasa iri kepada pedagang lain jika tempatnya lebih ramai?
6. Bagaimana tanggapan bapak/ibu jika pesaing menjual barang yang sama persis?
7. Bagaimana tanggapan bapak/ibu jika pembeli salah ukuran dan ingin menukarnya?
8. Bagaimana cara bapak/ibu menangani pembeli yang komplain karena barang yang dibeli cacat?

Parepare, 21 Maret 2023

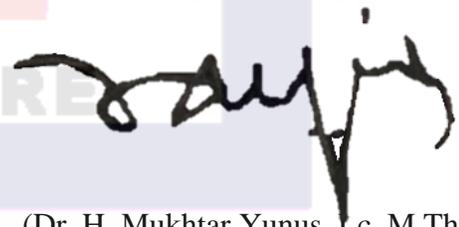
Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing pendamping



(Dr. Firman, M.Pd.)



(Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc, M.Th.I.)

### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : HJ. Muli  
Alamat : Lappadde  
Pekerjaan : Pedagang Sandal dan Sepatu

Menyatakan bahwa benar telah melakukan wawancara atas penelitian:

Nama : Deayuli Ashari  
NIM : 19.2400.086  
Alamat : Jl. Gelatik, Kota Parepare  
Judul Penelitian : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang Sandal dan Sepatu (Studi Kasus Pasar Lakessi)

Dengan demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Parepare 7 April 2023

  
(.....)

**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hj. Arni  
Alamat : Jl. Andi ~~&~~ Muhammad arsyad  
Pekerjaan : Penjual Sandal

Menyatakan bahwa benar telah melakukan wawancara atas penelitian:

Nama : Deayuli Ashari  
NIM : 19.2400.086  
Alamat : Jl. Gelatik, Kota Parepare  
Judul Penelitian : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang Sandal dan Sepatu (Studi Kasus Pasar Lakessi)

Dengan demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Parepare 15 April 2023

H. ARNI  
(.....)

### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. ARIATY .  
Alamat : JL. GELATIK  
Pekerjaan : PENJ. SANDAL .

Menyatakan bahwa benar telah melakukan wawancara atas penelitian:

Nama : Deayuli Ashari  
NIM : 19.2400.086  
Alamat : Jl. Gelatik, Kota Parepare  
Judul Penelitian : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang Sandal dan Sepatu (Studi Kasus Pasar Lakessi)

Dengan demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Parepare 9 April 2023

PAREPARE

  
H. ARIATY .

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :

Alamat :

Pekerjaan :

Menyatakan bahwa benar telah melakukan wawancara atas penelitian:

Nama : Deayuli Ashari

NIM : 19.2400.086

Alamat : Jl. Gelatik, Kota Parepare

Judul Penelitian : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang Sandal dan Sepatu (Studi Kasus Pasar Lakessi)

Dengan demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Parepare April 2023

(.....)

H. MUH. DJAFAR.  
Jl. MUH. ARSYAD  
in PENJUAL.

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : HJ. MARYAM .  
Alamat : JL. LANGSAT .  
Pekerjaan : PTJ. SANDAL .

Menyatakan bahwa benar telah melakukan wawancara atas penelitian:

Nama : Deayuli Ashari  
NIM : 19.2400.086  
Alamat : Jl. Gelatik, Kota Parepare

Judul Penelitian : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang Sandal dan Sepatu (Studi Kasus Pasar Lakessi)

Dengan demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Parepare 7 April 2023



(.....)

PAREPARE

## DOKUMENTASI

1. Wawancara Hj. Arni selaku pedagang sandal dan sepatu di pasar Lakessi



2. Wawancara dengan H. Muh Djafar selaku pedagang sandal dan sepatu di pasar Lakessi



3. Wawancara Hj. Muliani selaku pedagang sandal dan sepatu di pasar Lakessi



4. Wawancara dengan Hj. Ariati selaku pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi



5. Wawancara dengan Hj. Maryam selaku pedagang sandal dan sepatu di Pasar Lakessi



## BIODATA PENULIS



**DEAYULI ASHARI.** Lahir di Parepare, Sulawesi Selatan pada tanggal 24 juli 2001. Merupakan anak terakhir dari bapak H. Jasmin dan ibu Hj. Ariati. Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu Sekolah Dasar di SD Negeri 47 Parepare, sekolah menengah pertama di SMP Negeri 2 Parepare, sekolah menengah kejuruan di SMK Negeri 3 Parepare dan melanjutkan S1 di Institut Agama Islam Negeri Parepare. Dengan mengambil jurusan program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis menyelesaikan skripsi dengan judul *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Peningkatan Daya Saing Pedagang Sandal dan Sepatu (Studi Kasus Pasar Lakessi)*.