

**PERILAKU PEDAGANG KECIL DI WISATA WAETUOE KAB.
PINRANG; RELASI TERHADAP PERSAINGAN DAGANG
(Studi Etika Bisnis Islam)**



2019

**PERILAKU PEDAGANG KECIL DI WISATA WAETUOE KAB.
PINRANG; RELASI TERHADAP PERSAINGAN DAGANG
(Studi Etika Bisnis Islam)**



2019

**PERILAKU PEDAGANG KECIL DI WISATA WAETUOE KAB.
PINRANG; RELASI TERHADAP PERSAINGAN DAGANG
(Studi Etika Bisnis Islam)**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Hukum (S.H)**

**Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)**

Disusun dan diajukan oleh

**SUKRIANI
NIM. 15.2200.119**

Kepada

PAREPARE

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Perilaku Pedagang Kecil di Wisata Waetuo Kab.
Pinrang; Relasi Terhadap Persaingan Dagang
(Studi Etika Bisnis Islam)

Nama Mahasiswa : Sukriani

NIM : 15.2200.119

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : B. 3373/In. 39/PP.00.09/12/2018

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : **Dr. Zainal Said, M.H.**

NIP : 19761118 200501 1 002

Pembimbing Pendamping : **Abdul Hamid, S.E., M.M.**

NIP : 19720929 200801 1 012



PADEPARE

Mengetahui:

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Dekan



Dr. Hj. Muliati, M.Ag.

NIP. 19601231 199103 2 004

SKRIPSI
PERILAKU PEDAGANG KECIL DI WISATA WAETUOE KAB.
PINRANG; RELASI TERHADAP PERSAINGAN DAGANG
(Studi Etika Bisnis Islam)

Disusun dan diajukan oleh

SUKRIANI
NIM. 15.2200.054

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
Pada tanggal 07 Agustus 2019 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama	: Dr. Zainal Said, M.H.	
NIP	: 19761118 200501 1 002	(.....)
Pembimbing Pendamping	: Abdul Hamid, S.E., M.M.	
NIP	: 19720929 200801 1 012	(.....)

Institut Agama Islam Negeri Parepare Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Rektor, 

Dekan, 


Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si
NIP. 19640427 198703 1 002


Dr. Hj. Muliati, M.Ag.
NIP. 19601231 199103 2 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Perilaku Pedagang Kecil di Wisata Waetuo Kab.
Pinrang; Relasi Terhadap Persaingan Dagang
(Studi Etika Bisnis Islam)

Nama Mahasiswa : Sukriani
NIM : 15.2200.119
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : B. 3373/In. 39/PP.00.09/12/2018
Tanggal Kelulusan : 07 Agustus 2019

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Zainal Said, M.H.	(Ketua)	(.....)
Abdul Hamid, S.E., M.M.	(Sekretaris)	(.....)
Dr. Hj. Muliati, M.Ag.	(Penguji Utama I)	(.....)
Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M. Th.I.	(Penguji Utama II)	(.....)

Mengetahui:

Institut Agama Islam Negeri Parepare

Rektor, 

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Puji syukur atas kehadiran Allah swt atas kemudahan dan kenikmatan dalam mencapai tujuan hidup serta berkat rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad saw, beserta para keluarga dan sahabatnya.

Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda Syukur dan Ibunda Nurjannah serta seluruh keluarga selalu memberikan motivasi, semangat dan doa yang terbaik untuk penulis.

Penulis telah banyak menerima bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. Zainal Said, M.H. selaku Pembimbing I dan bapak Abdul Hamid, S.E., M.M. selaku Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan banyak terima kasih.

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

1. Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Dr. Hj. Muliati, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Budiman, M. HI. selaku Wakil Dekan Syariah dan Ilmu Hukum Islam atas motivasi yang telah diberikan kepada penulis.
4. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I selaku Penanggung Jawab Program Studi Hukum Ekonomi Syariah untuk semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
5. Bapak/Ibu Dosen pengajar pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Karyawan dan karyawan IAIN Parepare atas pelayanannya kepada kami sehingga membantu kelancaran jalannya perkuliahan selama ini.
7. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepala Desa Waetueo beserta seluruh aparat Desa yang terkait yang telah membantu penulis dalam menyediakan data-data yang penulis butuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Narasumber yang telah meluangkan waktunya untuk menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

10. Rekan Penulis Sunarti, Suarsi, Febriani Amalia, Gifani Safitri, Tutut Handayani, Megawati, Nur Qiswah, Dewiyanti, dan Husnah A. sebagai teman diskusi dalam penyelesaian skripsi ini yang senantiasa memberi semangat dan motivasi kepada penulis serta terima kasih atas kebersamaan dan keceriaan yang tercipta. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga.
11. Teman-teman seperjuangan Rahmawati.A, Ramlah Abu, Marwah, Fatimah Faharuddin, Haslinda dan Reka, atas kebersamaannya.
12. Teman-teman KPM Wahyudi, Andi Muhammad Ashar, Anita Andriani, Hannas, Nurmi, Miftahul Nurul Asmi, A. Risnayanti, dan Muski Hastuti, atas kebersamaannya selama masa KPM.
13. Teman-teman PPL Resky Rahman dan Darmawati atas kebersamaannya selama masa PPL.
14. Teman-teman kos Munirah dan Jumriani, Resky Wahyuni dan Sri Ayu, atas kebersamaannya selama ini.
15. Teman-teman angkatan 2015 dan seluruh teman-teman prodi Muamalah, khususnya Muamalah 4, atas kebersamaannya selama ini.
16. Teman-teman dan segenap kerabat yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak mendapat balasan yang pantas dan sesuai dari Allah swt. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini bernilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada lingkungan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam (IAIN) Parepare.

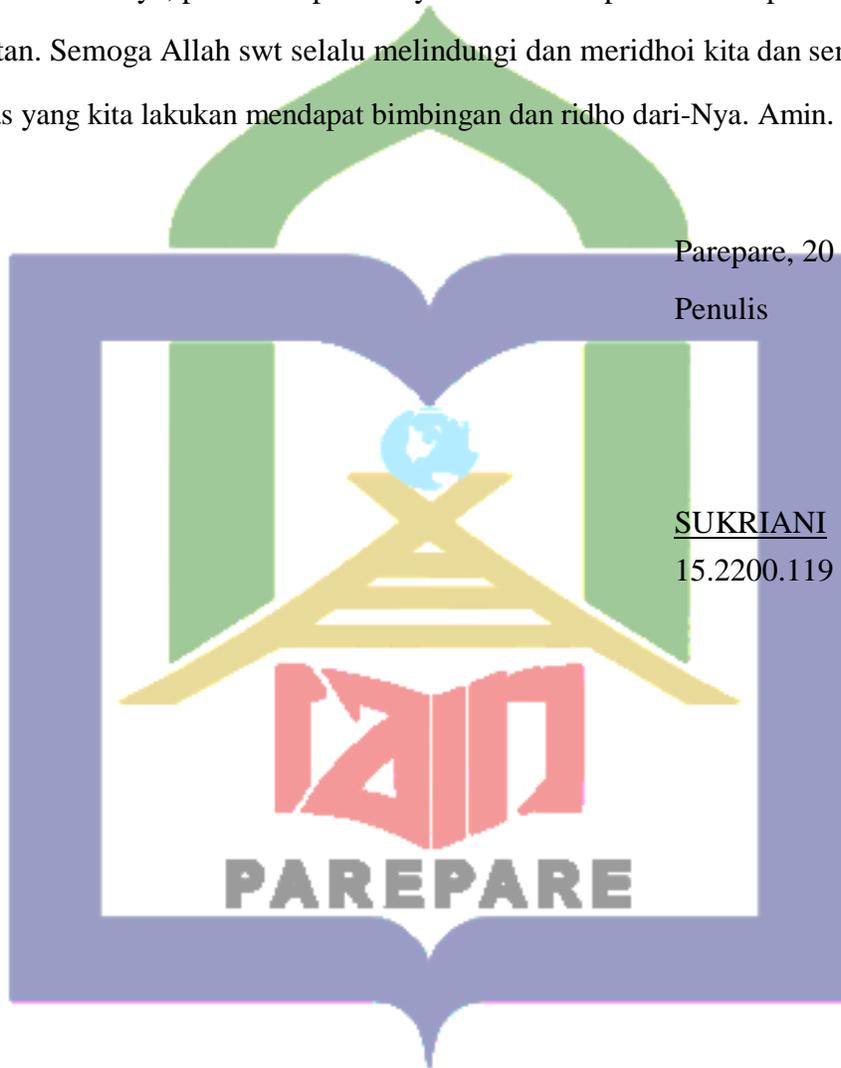
Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan sangat terbuka dan lapang dada mengharapkan adanya berbagai masukan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun berbagai hambatan. Semoga Allah swt selalu melindungi dan meridhoi kita dan semoga aktivitas yang kita lakukan mendapat bimbingan dan ridho dari-Nya. Amin.

Parepare, 20 Juli 2019

Penulis

SUKRIANI

15.2200.119



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Sukriani
Nomor Induk Mahasiswa : 15.2200.119
Tempat/Tgl. Lahir : Waetuoe, 11 Juli 1997
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **“Perilaku Pedagang Kecil di Wisata Waetuoe Kab. Pinrang; Relasi Terhadap Persaingan Dagang (Studi Etika Bisnis Islam)”**. benar-benar hasil karya sendiri dan jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 20 Juli 2019

Penulis

SUKRIANI
15.2200.119

ABSTRAK

SUKRIANI. *Perilaku Pedagang Kecil di Wisata Waetuo Kab. Pinrang; Relasi Terhadap Persaingan Dagang (Studi Etika Bisnis Islam)* (dibimbing oleh Zainal Said dan Abdul Hamid).

Berdagang merupakan aktivitas jual beli yang dilakukan seseorang untuk memperoleh keuntungan, dan dengan keuntungan yang didapatkan manusia akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Karena itu persaingan terjadi, para pedagang bersaing agar mendapatkan banyak keuntungan. Seperti para pedagang di Wisata Waetuo, mereka bersaing agar mendapatkan lebih banyak keuntungan, sehingga ada beberapa perilaku pedagang yang timbul akibat adanya persaingan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk persaingan dan perilaku pedagang di Wisata Waetuo menurut etika bisnis Islam. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan dalam dalam mengumpulkan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) bentuk persaingan yang ada di Wisata Waetuo, para pedagang bersaing dalam beberapa bentuk yaitu persaingan dari segi barang, harga, tempat dan pelayanan. Mereka bersaing agar dapat menarik minat pengunjung untuk datang ketempatnya agar pengunjung tersebut dapat membeli barang dagangannya. 2) perilaku pedagang di Wisata Waetuo menurut etika bisnis Islam, yang telah diterapkan pedagang yaitu prinsip kesatuan, kehendak bebas, dan tanggung jawab, sedangkan prinsip etika bisnis Islam yang belum diterapkan oleh beberapa pedagang yaitu prinsip kebenaran/kejujuran yaitu menjelekan pedagang lain dan adanya unsur riba dalam menetapkan harga, dan juga prinsip keadilan yaitu tidak adil terhadap pengunjung dalam memberikan harga.

Kata Kunci: Perilaku, Pedagang Kecil, Persaingan, Etika Bisnis Islam

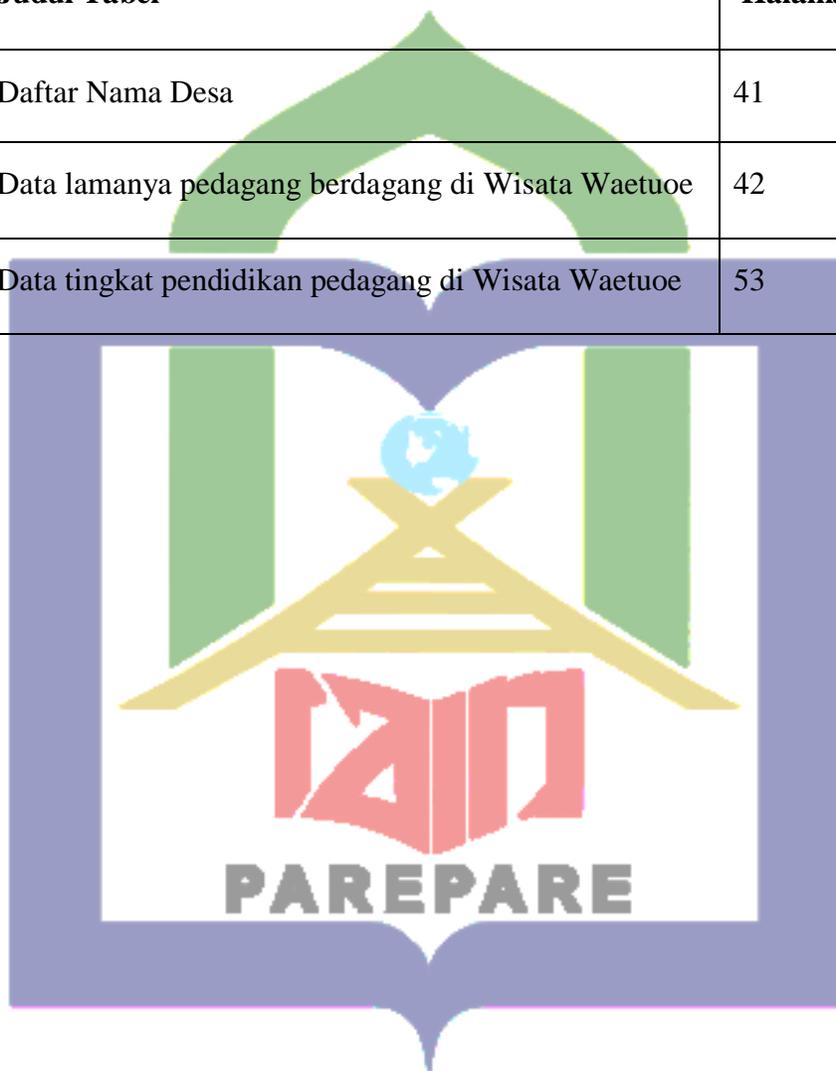
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	v
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Tinjauan Teoritis.....	8

2.2.1 Perilaku	8
2.2.2 Pedagang	13
2.2.3 Persaingan	15
2.2.4 Etika Bisnis Islam	20
2.3 Tinjauan Konseptual	32
2.4 Bagan Kerangka Pikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Lokasi dan waktu Penelitian	36
3.3 Fokus Penelitian.....	36
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	40
4.2 Bentuk Persaingan di Wisata Waetuo	42
4.3 Perilaku Pedagang di Wisata Waetuo Menurut Etika Bisnis Islam	51
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
4.1	Daftar Nama Desa	41
4.2	Data lamanya pedagang berdagang di Wisata Waetuo	42
4.3	Data tingkat pendidikan pedagang di Wisata Waetuo	53



DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
1.	Gambar Kerangka Pikir	34
2.	Dokumentasi	Lampiran



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Lampiran-Lampiran
1.	Surat Izin Melaksanakan Penelitian
2.	Surat Rekomendasi Penelitian Dari Pemerintah
3.	Surat Keterangan Telah Meneliti
4.	Outline Wawancara
5.	Surat Keterangan Wawancara
6.	Dokumentasi
7.	Biografi Penulis





CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial, yaitu manusia yang selalu membutuhkan bantuan orang lain, manusia juga makhluk yang memerlukan makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal dan lain-lain. Oleh karena itu setiap manusia memerlukan uang untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya, karenanya manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu dengan bekerja, ada berbagai ragam pekerjaan salah satunya dengan berdagang.

Berdagang merupakan aktivitas jual beli yang dilakukan seseorang untuk memperoleh keuntungan, dan dengan keuntungan yang didapatkan manusia akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Karena itu persaingan terjadi, orang-orang bersaing agar mendapatkan banyak keuntungan.

Zaman era globalisasi ini, perkembangan perekonomian dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan, dan teknologi.¹ Manusia berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhannya yang terkadang mereka tidak mempertimbangkan kepentingan orang lain dan meninggalkan norma-norma dan nilai-nilai kemanusiaan.

Agama Islam sejak lahirnya mengizinkan adanya perdagangan, karena Rasulullah saw sendiri pada awalnya juga berdagang dalam jangka waktu yang cukup

¹ M. Yahya Harahap, *Segi-segi Hukum Perjanjian* (Bandung: Alumni, 1986), h. 6.

Lama, namun Rasulullah saw tidak begitu saja meninggalkan aturan, kaidah, ataupun batasan yang harus diperhatikan dalam menjalankan perdagangan. Di antara nilai-nilai yang penting dalam perdagangan adalah sifat kasih sayang.²

Seorang pedagang dalam pandangan etika Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah swt, ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan perdagangan tidak sebatas keuntungan materil (bendawi), tetapi yang penting adalah keuntungan immateril (spiritual).³

Dewasa ini masih banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya, banyak pedagang yang melakukan penyimpangan dalam berdagang. Beberapa penyimpangan yang sering ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dan timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, dan penjualan barang haram.

Para pedagang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin. Hal ini tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis.⁴

² Yusuf Qardhawi, *Peran, Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Robbani Press, 1995), h. 320.

³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h. 30.

⁴ Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 19, No. 1, Mei 2011, h. 128.

Quraish Shihab dalam bukunya menyebutkan sejalan dengan perkembangan zaman, kecenderungan bisnis sekarang tidak memperhatikan masalah etika, akibatnya sesama pelaku bisnis sering bertabrakan kepentingannya, kondisi ini menciptakan pelaku ekonomi yang kuat kian merajai. Sebaliknya, yang kecil makin terlindas, keadaan seperti ini mengancam pertumbuhan dan perkembangan dunia bisnis.⁵

Konsep Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri di atas prinsip persaingan sempurna. Namun demikian, bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus oleh kerangka syariah. Persaingan yang sempurna adalah sesuai dengan kesepakatan pasar yang semua itu juga sudah diatur dalam Islam, bahwa tidak merugikan salah satu pihak. Contohnya adalah persaingan harga. Persaingan harga pasar harus ditentukan dengan kesepakatan bersama yang tentunya tidak merugikan pedagang lain, pembeli dan komponen lainnya.⁶

Wisata Waetuo merupakan salah satu objek wisata yang terletak di Kab. Pinrang Sulawesi Selatan tepatnya berada di Kec. Lanrisang bersebelahan dengan Kec. Suppa berjarak sekitar 10 Km dari jalan poros Pinrang – Parepare dan berjarak kurang lebih 15 Km dari pusat Kota Pinrang. Wisata Waetuo merupakan tempat hiburan yang ramai dikunjungi orang dengan berbagai pedagang yang menjual beragam macam makanan dan minuman, juga usaha seperti menyewakan ban untuk berenang atau menyewakan perahu yang dapat dijadikan sarana bagi pengunjung untuk lebih menikmati suasana dengan berkeliling di laut, berbagai usaha pun

⁵ M. Quraish Shihab, *Etika Bisnis dalam Wawasan Ai-Qur'an*, Jurnal Kebudayaan dan Peradaban ULUMUL QUR'AN, Vol. 3, No. VII, 1997, h. 4.

⁶ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 199.

didirikan masyarakat karena Wisata Waetuo merupakan tempat yang sangat cocok untuk berdagang dan memperoleh keuntungan, karena banyaknya pengunjung yang datang untuk menikmati suasana pantai.

Persaingan para pedagang selalu terjadi, hal ini disebabkan karena keuntungan semata yang dicari, seperti menjelekan pedagang lainnya agar pengunjung tidak membeli barang pada pedagang lain, bahkan ada pedagang dalam memberikan harga terhadap produknya lebih rendah daripada harga pesaing dengan tujuan mematikan pesaingnya, ada pula pedagang yang meninggikan harga barang dagangannya, sehingga merugikan pengunjung yang membeli barang dagangannya. Berbagai cara yang dilakukan pedagang agar pengunjung yang datang tertarik ketempatnya, hal ini dilakukan agar memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Perilaku Pedagang Kecil di Wisata Waetuo Kab. Pinrang; Relasi Terhadap Persaingan Dagang (Studi Etika Bisnis Islam)”. Untuk mengetahui etika pedagang dalam menjalankan usahanya apakah telah sesuai atau tidak dengan etika bisnis Islam.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka masalah pokok dalam penelitian ini adalah bagaimana menurut etika bisnis Islam tentang persaingan pedagang kecil di Wisata Waetuo Kab. Pinrang. Dari masalah pokok tersebut akan dirinci menjadi sub-sub masalah sebagai berikut:

- 1.1.1 Bagaimana bentuk persaingan pedagang yang terjadi di Wisata Waetuo Kab. Pinrang?

- 1.1.2 Bagaimana perilaku pedagang di Wisata Waetueo Kab. Pinrang menurut etika bisnis Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat diketahui tujuan dari penelitian yaitu:

- 1.3.1 Mengetahui bentuk persaingan pedagang yang terjadi di Wisata Waetueo Kab. Pinrang.
- 1.3.2 Mengetahui perilaku pedagang di Wisata Waetueo Kab. Pinrang menurut etika bisnis Islam.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi para pembaca sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- 1.4.1.1 Mengembangkan ilmu pengetahuan tentang ekonomi Islam mengenai perilaku persaingan dalam perdagangan ditinjau dari etika bisnis Islam.
- 1.4.1.2 Sebagai acuan dan bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut dengan tema yang sama yakni perilaku persaingan pedagang dan etika bisnis Islam.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1.4.2.1 Memberi dan menambah wawasan bagi para pedagang tentang etika berbisnis dalam Islam.
- 1.4.2.2 Tercapainya persaingan antar pedagang yang sehat dengan menerapkan nilai etika dalam Islam, sehingga diperoleh keberkahan hidup dunia dan akhirat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Setelah penulis menelaah dari berbagai literatur artikel dan skripsi yang ada di internet dan perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai persaingan bisnis ditinjau dari etika bisnis Islam. Beberapa penelitiannya ialah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Khurriyatuazzahroh yang berjudul “Analisis Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Juwana Pasca Kebakaran)” dapat disimpulkan bahwa persaingan bisnis pedagang di Pasar Juwana baru pasca kebakaran cukup ketat seperti persaingan dari segi harga, kualitas produk, dan pelayanan. Ada sebagian pedagang dalam memberikan harga terhadap produknya lebih rendah daripada harga pesaing dengan tujuan mematikan pesaingnya, dan ada pula pedagang yang meninggikan harga barang dagangannya, sehingga merugikan konsumen yang membeli barang dagangannya.⁷

Persamaan penelitian adalah membahas tentang etika bisnis Islam dalam bersaing. Perbedaan penelitian adalah penelitian Sri Khurriyatuazzahroh lebih menonjolkan persaingan dari segi harga, Sedangkan penelitian di Wisata Waetuo, lebih menonjolkan persaingan dari segi perilaku pedagang.

⁷ Sri Khurriyatuazzahroh, *Analisis Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Juwana Baru Pasca Kebakaran)*, Skripsi STAIN Kudus (Kudus, 2016), h. 5.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Mina Kusnia yang berjudul “Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Perspektif Etika Bisnis Islam” dapat disimpulkan bahwa persaingan di Pasar Ngaliyan Semarang, para pedagang tidak mengetahui tentang etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam.⁸

Persamaan penelitian adalah membahas tentang perilaku pedagang dalam etika bisnis Islam. Perbedaan penelitian adalah di Pasar Ngaliyan Semarang lebih menonjol membahas tentang perilaku pedagang terhadap pembeli. Sedangkan penelitian di Wisata Waetuo membahas tentang perilaku pedagang terhadap pembeli dan juga terhadap pedagang lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Warda yang berjudul “Analisis Etika Bisnis Islam Tentang Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian di Pasar Lakessi Kota Parepare” dapat disimpulkan bahwa pedagang pakaian bersaing dalam tiga aspek, yaitu bersaing di bidang kualitas, di bidang harga dan juga bidang pemasaran. Pedagang pakaian di Pasar Lakessi juga selalu menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.⁹

Persamaan penelitian ini adalah membahas etika bisnis Islam dalam persaingan dagang. Perbedaan penelitian adalah di Pasar Lakessi membahas tentang persaingan pedagang di bidang kualitas, harga dan juga pemasaran. Sedangkan penelitian di Wisata Waetuo membahas tentang persaingan pedagang dari segi perilaku pedagang.

⁸ Siti Mina Kusnia, *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Skripsi UIN Walisongo (Semarang, 2015), h. 100.

⁹ Warda, *Analisis Etika Bisnis Islam Tentang Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian di Pasar Lakessi Kota Parepare*, Skripsi STAIN Parepare (Parepare, 2015), h. 71.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Perilaku

2.2.1.1 Pengertian Perilaku

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan serta segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk di dalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.¹⁰

Perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek. Perilaku juga dapat disebut sebagai tingkah laku seseorang yang senantiasa didasarkan pada kondisi, yaitu tindakan mengenal atau memikirkan seseorang terlibat langsung dalam situasi memecahkan masalah.

Perilaku memiliki pengertian yang cukup luas, sehingga mencakup segenap pernyataan atau ungkapan, artinya bukan hanya sekedar perbuatan melainkan juga kata-kata, ungkapan tertulis dan gerak gerik.¹¹

Menurut Sunaryo, perilaku manusia adalah aktivitas yang timbul karena adanya stimulus dan respon, serta dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung.¹²

¹⁰ Tim penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008), h. 55.

¹¹ Devos, *Pengantar Etika* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987), h. 27.

¹² Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan* (Cet. 1; Jakarta: EGM, 2004), h. 3.

Menurut Ensiklopedia Amerika, perilaku diartikan sebagai suatu aksi dan reaksi organisme terhadap lingkungannya, hal ini berarti bahwa perilaku baru akan terwujud bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan tanggapan yang disebut rangsangan, dengan demikian maka suatu rangsangan tertentu akan menghasilkan perilaku tertentu pula.

Menurut Heri Purwanto, perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek tersebut.

Menurut Notoatmodjo, perilaku merupakan respon/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya.

Menurut Skinner seorang ahli psikologi, perilaku adalah respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan dari luar.

Dalam kehidupan sehari-hari istilah perilaku disamakan dengan tingkah laku. Menurut Koentjaraningrat dikutip oleh Rokhmad Prastowo yang dimaksud tingkah laku adalah perilaku manusia yang prosesnya tidak terencana dalam gennya atau yang tidak timbul secara naluri saja, tetapi sebagai suatu hal yang harus dijadikan milik dirinya dengan belajar.

Perilaku juga dibahas dalam bisnis atau perdagangan. Adapun yang perlu diperhatikan dalam perdagangan adalah perilaku pedagang. Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang adalah tindakan atau tingkah laku penjual terhadap konsumen dalam menyalurkan barangnya. Berdasarkan uraian di atas penulis menyimpulkan, perilaku adalah segala tindakan, perbuatan atau tingkah laku yang terwujud dalam sikap yang diaplikasikan pada kegiatan atau aktivitas manusia yang timbul karena adanya respon/tanggapan terhadap rangsangan dari luar. Dalam Islam juga dijelaskan bagaimana seharusnya perilaku pedagang dalam berdagang.

2.2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

1. Faktor Genetik atau Faktor Endogen.

Genetik atau keturunan merupakan konsepsi awal atau modal untuk kelanjutan perkembangan perilaku makhluk hidup itu, berasal dari dalam diri individu (endogen), antara lain: Jenis ras, jenis kelamin, sifat fisik, sifat kepribadian, bakat pembawaan dan intelegensi (kemampuan berfikir).

2. Faktor Eksogen atau Faktor Dari Luar Individu

Seperti lingkungan, pendidikan, agama, sosial ekonomi, kebudayaan dan faktor-faktor lain.

Perilaku atau praktik menurut *Theory Of Reasoned Action* akan dipengaruhi oleh niat individu, dan niat individu tersebut terbentuk dari sikap dan norma subyektif. Salah satu variabel yang mempengaruhi yaitu sikap, dipengaruhi oleh hasil tindakan yang sudah dilakukan pada masa yang lalu, sedangkan norma subyektif, akan dipengaruhi oleh keyakinan akan pendapat orang lain serta motivasi untuk menaati keyakinan atau pendapat orang lain tersebut. Sederhananya, orang akan melakukan suatu tindakan, apabila memiliki nilai positif dari pengalaman yang sudah ada dan tindakan tersebut didukung oleh lingkungan individu tersebut.¹³

Menurut Moefad salah satu dosen UIN Sunan Ampel Surabaya perilaku itu terjadi karena adanya dorongan-dorongan yang kuat dari diri dalam diri seseorang itu sendiri.¹⁴

¹³ [http://bbs.binus.ac.id/international-marketing/2017/07/teori-yang-biasa-digunakan-untuk-mengukur-perilaku-konsumen-theory-of-reasoned-action/\(diakses](http://bbs.binus.ac.id/international-marketing/2017/07/teori-yang-biasa-digunakan-untuk-mengukur-perilaku-konsumen-theory-of-reasoned-action/(diakses) tanggal 25 April 2019, Pukul 19.30).

¹⁴ M. Moefad, *Perilaku Individu dalam Masyarakat Kajian Komunikasi Sosial* (Jombang: el-DeHA Press Fakultas Dakwah IKAHA, 2007), h. 17.

Perilaku dipengaruhi oleh sikap, sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan oleh manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya. Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya dengan perilaku konsumen, perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman, tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.¹⁵ Jadi dapat disimpulkan, dari penjelasan di atas faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku manusia yaitu sikap, dan sikap berasal dari pengetahuan dan kepercayaan.

Sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu objek, sikap tidak dapat dilihat secara langsung, sehingga sikap hanya bisa ditafsirkan dari perilaku yang nampak. Sikap sering diperoleh dari pengalaman sendiri maupun orang lain yang paling dekat. Sikap adalah determinan perilaku, sebab sikap berkaitan dengan kepribadian dan motivasi. Sikap adalah perasaan positif atau negatif atau keadaan mental yang disiapkan, dipelajari dan diatur melalui pengalaman yang diberikan pengaruh khusus pada respon seseorang terhadap orang, objek dan keadaan, serta sikap dilatarbelakangi oleh pengetahuan dan kepercayaan.

¹⁵ Wazin, Relevansi Antara Etika Bisnis Islam Dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi Tentang Perilaku Pedagang Di Pasar Lama Kota Serang, Banten), Jurnal Penelitian Sosiologi Keagamaan, Vol. 1, No. 1, Januari-Juni 2014, h. 13.

a. Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari tahu, tanpa pengetahuan seseorang tidak mempunyai dasar untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan terhadap masalah yang dihadapi, pengetahuan diperoleh dari pengalaman sendiri atau orang lain serta proses belajar yang dapat membentuk keyakinan tertentu, sehingga seorang berperilaku sesuai dengan keyakinan yang diperoleh, semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin besar kemampuan menyerap, menerima informasi yang di dapat, kemampuan seseorang dapat dipengaruhi oleh pengetahuan dan keterampilan. Tetapi bukan berarti yang punya pendidikan tinggi juga akan berperilaku baik, karena perilaku seseorang tergantung dari diri masing-masing individu.

b. Kepercayaan

Kepercayaan dapat diartikan sebagai anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu itu benar. Menurut Fishbein dan Ajzen, menyatakan bahwa untuk menjelaskan pembentukan dan perubahan sikap, ditemukan proses pembentukan kepercayaan atau keyakinan. Kepercayaan terhadap suatu objek menjadi dasar untuk pembentukan sikap terhadap objek tersebut dan dasar sikap biasanya diukur sebagai jalan mengukur keyakinan seseorang. Kepercayaan adalah kemungkinan subjektif dari suatu hubungan antara objek kepercayaan dan beberapa objek yang lain, konsep, nilai atau sikap. Dengan demikian seseorang dapat percaya ia memiliki sifat-sifat tertentu, misalnya bahwa ia pandai, jujur dan sebagainya, bahwa perilaku akan membawa konsekuensi bahwa peristiwa tertentu terjadi secara berdekatan dan sebagainya.¹⁶

¹⁶ <https://www.uin-malang.ac.id/r/131101/landasan-teori.html> (diakses pada tanggal 26 April 2019, Pukul 08.45).

2.2.1.3 Bentuk Perilaku

Secara garis besar bentuk perilaku ada dua macam:

a. Perilaku pasif

Perilaku yang sifatnya masih tertutup, terjadi dalam diri individu dan tidak dapat diamati secara langsung, contohnya berfikir atau berangan-angan.

b. Perilaku aktif

Perilaku yang sifatnya terbuka. Perilaku aktif adalah perilaku yang dapat diamati langsung, contohnya berbelanja.¹⁷

2.2.2 Pedagang

2.2.2.1 Pengertian Pedagang

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang.¹⁸ Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.¹⁹ Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari. Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.²⁰

Pedagang yaitu seseorang atau sekelompok orang yang melakukan distribusi dengan cara membeli hasil produksi dari produsen maupun pedagang lain dan kemudian menjualnya kembali ke konsumen untuk memperoleh keuntungan.

¹⁷ Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan*, h. 15-16.

¹⁸ Tim penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 180.

¹⁹ Eko Sujatmiko, *Kamus IPS* (Cet. I; Surakarta: Aksara Sinergi Media, 2014), h. 231.

²⁰ C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 15.

Menurut penulis, pedagang adalah orang yang bekerja memperjualbelikan barang dagangannya untuk memperoleh keuntungan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

2.2.2.2 Klasifikasi Pedagang

Pedagang dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Pedagang Besar/ Distributor/ Agen Tunggal

Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberi hak wewenang wilayah/daerah tertentu dari produsen.

2. Pedagang Menengah/ Agen/ Grosir

Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/ perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.

3. Pedagang Eceran/ Pengecer

Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.²¹

Berdasarkan modal yang dimiliki, pedagang dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

a. Pedagang kecil (pengecer), yaitu seseorang atau sekelompok orang yang secara langsung bertransaksi dengan konsumen. Contoh: Pedagang kaki lima atau warung yang menjual rokok, makanan, dan minuman secara eceran (per buah).

²¹ Devos, *Pengantar Etika*, h. 27.

b. Pedagang besar, yaitu seseorang atau sekelompok orang yang membeli barang hasil produksi secara langsung dari produsen dan kemudian menyalurkannya (menjual) kepada pedagang kecil (pengecer). Contoh: Pedagang besar di pusat penjualan alat-alat elektronik di daerah Jakarta menyalurkan hasil produksi tersebut kepada para pedagang kecil di sekitar Kota Jakarta.

Berdasarkan jenis barang dan jasa yang didistribusikan, pedagang dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

- a. Pedagang barang, yaitu menjual barang hasil produksi dari berbagai macam produsen dan kemudian menyalurkannya kepada konsumen yang membutuhkan. Contoh : Pedagang furnitur, alat elektronik, kebutuhan pokok, dan sejenisnya.
- b. Pedagang jasa, yaitu menjual jasa berdasarkan keahlian yang dimiliki. Contoh: Biro perjalanan, pengiriman barang, antar jemput, dan sejenisnya.

2.2.3 Persaingan

2.2.3.1 Pengertian Persaingan

Persaingan berasal dari kata “saing” yang berarti berlomba atau (mengatasi, dahulu mendahului), dengan kata lain yakni usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, pertahanan dan sebagainya.

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis.²² Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi.

²² Basu Swasta, Ibnu Sujojo. W, *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta, 2000), h. 22.

Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.²³

Pesaing adalah orang yang menghasilkan atau menjual barang dan jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan. Analisis persaingan merupakan suatu perbuatan menganalisa atau mengidentifikasi apa-apa saja yang dilakukan oleh pihak pesaing yang menghasilkan barang atau jasa yang mirip dengan produk kita.

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindari munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Maka dianjurkan untuk melakukan persaingan yang sehat, jujur, terbuka dan adil.

2.2.3.2 Klasifikasi Persaingan

- a. Persaingan sehat (*healthy competition*) adalah persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis.
- b. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*). Persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat, dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan, sehingga salah satu tersingkir dari pasar dan salah satunya menjual barang di bawah harga yang berlaku di pasar. Strategi bersaing atau persaingan dalam pandangan syariah dibolehkan dengan kriteria bersaing secara baik.

2.2.3.3 Faktor yang Menyebabkan Terjadinya Persaingan

²³ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 86.

Menurut Porter, persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah usaha atau perdagangan. Ada lima faktor persaingan bisnis yang dapat menentukan kemampuan bersaing di antaranya yaitu:

a. Ancaman pendatang baru

Pendatang baru dalam suatu industri dapat menjadi ancaman bagi pemain yang ada, jika membawa kapasitas baru, keinginan untuk merebut pangsa pasar, dan memiliki sumber dayayang besar. Dampaknya, harga dapat menjadi turun atau biaya meningkat sehingga dapat mengurangi profitabilitas perusahaan yang ada, sehingga adanya pendatang baru dapat memaksa perusahaan yang sudah ada untuk lebih efektif dan efisien, ini merupakan seberapa mudah atau sulit bagi pendatang baru untuk memasuki pasar. Biasanya semakin tinggi hambatan masuk, semakin rendah ancaman yang masuk dari pendatang baru.

b. Persaingan di antara para pesaing yang ada

Persaingan di antara para pemain (perusahaan) yang ada dalam kompetisi untuk memperebutkan posisi dengan menggunakan taktik-taktik, seperti kompetisi harga, pengenalan produk, dan perang iklan secara besar-besaran serta meningkatkan pelayanan atau jaminan kepada pelanggan. Persaingan terjadi karena para pemain merasakan adanya tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisi.

c. Kekuatan tawar menawar pemasok atau *Supplier*

Pemasok yang berkuasa dapat menggunakan kekuatannya dengan menekan perusahaan yang ada dalam suatu industri dengan menaikkan harga atau mengurangi kualitas barang atau jasa yang dibeli. Jika perusahaan tidak mampu menutupi kenaikan biaya melalui struktur harganya, maka profitabilitas perusahaan

tersebut dapat menurun, sehingga pemasok yang berkuasa dapat mengurangi kemampuan suatu industri yang tidak dapat menaikkan harga untuk menutup kenaikan biaya tersebut.

d. Kekuatan tawar menawar pembeli

Pembeli juga dapat memaksa harga turun, menuntut kualitas yang lebih tinggi, atau pelayanan yang lebih baik. Tuntutan tersebut akan menyebabkan persaingan yang kuat di antara perusahaan yang ada dalam suatu industri yang sama.

e. Ancaman produk pengganti

Semua perusahaan dalam suatu industri sesungguhnya bersaing dengan produk pengganti, meskipun karakteristiknya berbeda, namun produk pengganti dapat memberikan fungsi dan manfaat yang sama. Jika produk industri tidak dapat meningkatkan kualitas produk, maka kemungkinan penurunan laba atau bahkan pertumbuhannya sebagai akibat harga yang ditawarkan oleh produk pengganti semakin menarik. Substitusi tidak hanya membatasi laba pada saat normal, tetapi juga bisa mengurangi potensi keuntungan yang besar yang bisa diperoleh ketika pasar mengalami lonjakan.²⁴

Dalam kegiatan bisnis, pedagang harus bisa menghadapi persaingan usaha yang lazim terjadi dalam dunia bisnis. Ketika pedagang bersikap kompetitif maka pedagang memiliki sikap siap serta berani bersaing dengan orang lain. Dalam arti yang positif dan optimis, kompetisi bisa diarahkan pada kesiapan dan kemampuan untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan sebagai umat manusia. Kompetisi

²⁴ Muhammad Husni Mubarak, *Manajemen Strategi* (Kudus: DIPA STAIN Kudus), 2009, h. 35-37.

seperti ini merupakan motivasi diri sekaligus faktor penggali dan pengembang potensi diri dalam menghadapi bentuk-bentuk kompetisi, sehingga kompetisi tidak semata-mata diarahkan untuk mendapatkan kemenangan dan mengalahkan lawan, dengan itu pedagang tidak menganggap kompetitor sebagai lawan, tetapi partner.

2.2.3.4 Bentuk Persaingan yang Dijadikan Objek Dalam Bersaing

Ada beberapa objek yang dijadikan persaingan dalam berdagang dan Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

- a. Produk, Produk yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.
- b. Harga, Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.
- c. Tempat, Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti, minuman keras dan sebagainya untuk sekedar menarik pembeli.
- d. Pelayanan, Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.²⁵

Salah satunya dijelaskan dalam Q.S. Al-Baqarah/2: 148 tentang anjuran berlomba dalam kebaikan:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ۙ ١٤٨

²⁵ Ismail Yusanto dan M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 93.

Terjemahnya:

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah SWT akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah SWT Maha Kuasa atas segala sesuatu.”²⁶

Dalam kandungan ayat Al-Qur'an di atas dijelaskan bahwa persaingan untuk tujuan kebaikan itu diperbolehkan, selama persaingan itu tidak melanggar prinsip syariah. Seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah saw, ketika berdagang Rasul tidak pernah melakukan usaha yang membuat usaha pesaingnya hancur, walaupun tidak berarti gaya berdagang Rasul seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya, yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur, termasuk jika ada kecacatan pada barangnya.²⁷

2.2.4 Etika Bisnis Islam

2.2.4.1 Pengertian Etika Bisnis Secara Umum

1. Etika, Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah ilmu tentang apa yg baik dan apa yang buruk.²⁸

Istilah Etika berasal dari bahasa Yunani kuno. Bentuk tunggal kata 'etika' yaitu *ethos* sedangkan bentuk jamaknya yaitu *ta etha*. *Ethos* mempunyai banyak arti yaitu: Tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan/adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Sedangkan arti *ta etha* yaitu adat kebiasaan.²⁹

²⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahnya* Robbani (Jakarta: PT. Surya Prisma Sinergi, 1993), h. 24.

²⁷ Ismail Yusanto dan M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 96.

²⁸ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar* (Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011), h. 40.

²⁹ Sonny Keraf, *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)* (Yogyakarta: Kanisius, 1998),

Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut atau diwariskan dari satu orang ke orang lain, atau dari satu generasi ke generasi yang lainnya.

Sering kali, istilah “etika” dan “moral” dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama, mempunyai arti yang sama.³⁰ Istilah Etika, secara teoritis dapat dibedakan dalam dua hal pengertian. Pertama, etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang artinya kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*). Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain. Kedua, secara terminologis etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.³¹

Etika adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana berperilaku jujur, benar dan adil. Etika merupakan cabang ilmu filsafat, mempelajari perilaku moral dan immoral, membuat pertimbangan matang yang patut dilakukan oleh seseorang kepada orang lain atau kelompok tertentu.³²

h. 14.

³⁰ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 171.

³¹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), h. 4.

³² Majid Fakhri, *Etika dalam Islam, Penerjemah Zakiyuddin B* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Pusat Studi Islam –UMS, 1996), h. 40.

Dari beberapa definisi tentang etika, maka dapat disimpulkan bahwa etika adalah suatu norma atau aturan yang dipakai sebagai pedoman dalam berperilaku di masyarakat bagi seseorang terkait dengan sifat baik dan buruk.

2. Bisnis

Kata “Bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*Business*”, dari Bahasa Inggris yang berarti “Kesibukan”. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan dalam masyarakat.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan di mana seseorang atau sekeompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.³³

Dari berbagai pendapat dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah kegiatan yang dilakukan individu atau sekelompok orang (organisasi) yang menciptakan nilai (*create value*) melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengelolaan barang (produksi). Bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan dan industri guna memaksimalkan keuntungan.

Yusanto dan Wijayakusuma seperti yang dikutip oleh Muhammad mendefinisikan bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai

³³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 28.

bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.³⁴

Bisnis sendiri yaitu sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan laba.

3. Etika Bisnis

Bisnis yang diartikan sebagai suatu usaha, jika kedua kata tersebut dipadukan, yaitu etika bisnis maka dapat didefinisikan sebagai suatu tata cara yang dijadikan sebagai acuan dalam menjalankan kegiatan berbisnis. Di mana dalam tata cara tersebut mencakup segala macam aspek, baik dari individu, institusi, kebijakan, serta perilaku berbisnis.

Bisnis beretika adalah bisnis yang mengindahkan serangkaian nilai-nilai luhur yang bersumber dari hati nurani, empati, dan norma. Bisnis bisa disebut etis apabila dalam mengelola bisnisnya pengusaha selalu menggunakan nuraninya.

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana perilaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.³⁵

³⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP-AMP-YKPN, 2004), h. 38.

³⁵ Muhammad Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an: Tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), h. 70.

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Etika bisnis lebih luas dari ketentuan yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibandingkan standar minimal ketentuan hukum, karena dalam kegiatan bisnis seringkali kita temukan wilayah yang tidak diatur oleh ketentuan hukum.³⁶

2.2.4.2 Etika Bisnis Menurut Islam

Etika dalam bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama yaitu Al-Qur'an dan Sunnah nabi. Dua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada yang membimbing, mengarahkan semua perilaku individu atau kelompok dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau aktivitas umat Islam. Maka etika bisnis dalam Islam menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan atau institusi masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, di mana selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam.

Firman Allah swt dalam Q.S. Al-Maidah/5: 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ ٱلْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُجَلِّي ٱلصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ ٱللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ١

Terjemahnya:

³⁶ Damir, ichretail, definisi etika bisnis, blog damirichretail, [http:// damir ichretail. Blog spot.com/2014/03/defines-pengertian-etika-bisnis](http://damirichretail.blogspot.com/2014/03/defines-pengertian-etika-bisnis). (diakses pada tanggal 20 Mei 2019, Pukul 04.35).

Dalam menjalankan roda bisnisnya, setiap pebisnis harus bertanggung jawab atas usaha yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab disini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memeng secara otomatis terbebani di pundaknya. Kewajiban dan tanggung jawab para pebisnis antara lain: Menyediakan barang dan atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta kegunaan dan manfaat yang memadai.

3. Tidak Menipu

Praktek bisnis dan dagang yang sangat mulia yang diterapkan oleh Rasulullah saw adalah tidak pernah menipu. Upaya melakukan penipuan kerap menjadi strategi dan cara bagi dunia bisnis untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Dampak yang akan timbul adalah kerugian bagi diri seorang pedagang.

4. Menepati Janji

Sebagai seorang pebisnis ataupun pedagang juga harus selalu menepati janjinya, baik kepada para pembeli maupun di antara sesama pebisnis, terlebih lagi harus dapat memepati janjinya kepada Allah swt.

5. Murah Hati

Apa yang dijalankan oleh Rasulullah saw dalam menjalankan bisnisnya patut ditiru oleh setiap pebisnis. Di samping jujur, amanah dan tidak pernah menipu, selalu menepati janji, beliau juga senantiasa bermurah hati kepada pembeli dan rekan bisnisnya. Murah hati dalam pengertian senantiasa bersikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah namun tetap penuh tanggung jawab. Sikap seperti itulah yang nantinya akan menjadi magnet tersendiri bagi pebisnis dan

pedagang dapat menarik para pembeli. Murah hati adalah sikap mulia cermin dari kepribadian seorang pebisnis yang mempunyai etika bisnis Islami.

6. Tidak Melupakan Akhirat

Keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan dunia. Pedagang muslim sekali-kali tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat.⁴⁰

2.2.4.3 Macam-Macam Etika Dalam Bisnis

1. Etika Dalam Produksi Barang dan Jasa

Kegiatan produksi berarti membuat nilai yang bermanfaat atas suatu barang dan jasa, produksi dalam hal ini tidak diartikan dengan membentuk fisik saja, sehingga kegiatan produksi ini mempunyai fungsi menciptakan barang dan jasa yang sesuai kebutuhan.⁴¹

2. Etika Dalam Kegiatan Pemasaran

Bisnis tidak dapat dipisahkan dengan aktivitas pemasaran, sebab pemasaran merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program-program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar.

Etika pemasaran diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Etika pemasaran dalam konteks produk: Produk yang halal, produk yang berguna dan dibutuhkan, produk yang berpotensi ekonomi atau benefit, produk yang bernilai

⁴⁰ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, h. 162.

⁴¹ <http://forkeis-uinam.blogspot.com/2014/07/etika-dalam-kegiatan-produksi-dan.html?m=1> (diakses pada tanggal 27 Mei 2019, Pukul 21.35).

tambah yang tinggi, dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial dan produk yang dapat memuaskan masyarakat.

b. Etika pemasaran dalam konteks harga: Beban biaya produksi yang wajar, sebagai alat kompetisi yang sehat, diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat, margin perusahaan yang layak dan sebagai alat daya tarik bagi konsumen.

c. Etika pemasaran dalam konteks distribusi: Kecepatan dan ketepatan waktu, keamanan dan keutuhan barang, dan konsumen mendapat pelayanan tepat dan cepat.

d. Etika pemasaran dalam konteks promosi: Sarana memperkenalkan barang, sarana daya tarik barang terhadap konsumen, dan informasi fakta yang ditopang kejujuran.

3. Etika Dalam Kegiatan Konsumsi

Belanja dan konsumsi adalah tindakan yang mendorong masyarakat berproduksi hingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang bersedia menjadi konsumen, dan jika daya beli masyarakat berkurang karena sifat kikir yang melampaui batas, maka cepat atau lambat roda produksi akan berhenti, selanjutnya perkembangan bangsa pun terhambat.

2.2.4.4 Prinsip Etika Bisnis

Terdapat beberapa prinsip etika bisnis yang dapat dijadikan pedoman bagi setiap bentuk usaha.

a. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan sebagaimana terefleksi dalam konsep yang memadukan keseluruhan aspek aspek kehidupan, baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan

yang menyeluruh. Dari konsep ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi dan sosial demi membentuk kesatuan.

b. Kehendak Bebas (*Free Will*)

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

c. Kebenaran (kebijakan dan kejujuran)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

d. Prinsip Keadilan / Keseimbangan (*Equilibrium*)

Pada setiap hal keadilan memang harus ditegakkan, termasuk dalam transaksi bisnis, sehingga tidak merugikan pihak lain. Seorang pebisnis wajib untuk tidak menakar dengan dua takaran atau menimbang dengan dua timbangan, yaitu satu timbangan hanya untuk digunakan untuk membeli, dan satunya lagi khusus digunakan untuk menjual.⁴² Dengan demikian, Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin, antara hak penjual dan hak pembeli dan lain sebagainya.

⁴² A.Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al Qur'an* (Jakarta: Amzah, 2010), h. 82.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Al Maidah/5: 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ءَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝٨

Terjemahnya:

“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah swt, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa dan taqwalah kepada Allah swt sesungguhnya Allah swt mengetahui apa yang kamu kerjakan”⁴³.

e. Tanggung jawab (*Responsibility*)

Islam menaruh penekanan yang besar pada konsep tanggung jawab, tetapi itu tidak berarti kurang memperhatikan kebebasan individu. Justru Islam berusaha menetapkan keseimbangan yang tepat diatas keduanya.⁴⁴

Yusuf Qardawi dalam bukunya norma dan etika ekonomi Islam, secara tegas telah memisahkan antara nilai-nilai dan perilaku dalam perdagangan. Di antara norma-norma atau nilai-nilai syariah itu adalah sebagai berikut:⁴⁵

- a. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
- b. Bersikap benar, amanah, dan jujur.
- c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
- d. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.

⁴³ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahnya*, h. 109.

⁴⁴ Syed Nawab Haider, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 46.

⁴⁵ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997), h. 173.

- e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
- f. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.

Konsep Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri di atas prinsip persaingan sempurna. Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus oleh frame (kerangka) syariah. Dalam Islam, Transaksi yang terjadi secara sukarela sebagaimana disebutkan dalam Q.S. An-Nisa ayat/4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesukamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁴⁶

2.3 Tinjauan Konseptual

Judul skripsi ini adalah “Perilaku Pedagang di Wisata Waetuo Kab.Pinrang; Relasi Terhadap Persaingan Dagang (Studi Etika Bisnis Islam)”, judul tersebut mengandung unsur pokok yang perlu dibatasi pengertiannya agar pembahasan didalamnya lebih spesifik dan lebih fokus. Tinjauan konseptual memiliki pembatasan makna yang terkait dengan judul tersebut akan memudahkan pemahaman terhadap isi pembahasan serta dapat menghindari dari kesalahpahaman. Oleh karena itu, di bawah ini akan diuraikan tentang pembahasan makna dari judul tersebut.

1. Perilaku

⁴⁶ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahnya*, h. 84.

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas manusia itu sendiri, yang disamakan dengan tingkah laku atau perbuatan seseorang. Dalam pembahasan ini, perilaku yang dimaksud adalah perilaku pedagang di Wisata Waetueo dalam menjualbelikan barangnya untuk memperoleh keuntungan.

2. Pedagang Kecil

Pedagang adalah orang memperjualbelikan barang dagangannya dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dalam pembahasan ini, pedagang adalah orang yang menjualbelikan barang atau jasanya di Wisata Waetueo Kab. Pinrang.

3. Persaingan Dagang

Persaingan merupakan upaya untuk melawan atau berusaha agar tidak ketinggalan dengan para pelaku bisnis yang lain untuk mencari keuntungan dalam waktu dan tempat yang bersamaan. Dalam pembahasan ini, persaingan adalah persaingan antara para pedagang di Wisata Waetueo untuk menarik minat pengunjung agar pengunjung tertarik membeli atau menyewa barang maupun jasanya.

4. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seperangkat prinsip dan norma yang berbasiskan Al-Qur'an dan Al-Hadits yang dijadikan pedoman oleh semua pedagang dalam aktivitas bisnis.

Berdasarkan pengertian di atas yaitu mengenai “Perilaku Pedagang di Wisata Waetueo Kab. Pinrang; Relasi Terhadap Persaingan Dagang (Studi Etika Bisnis Islam)”, maka fokus penelitian ini adalah perilaku para pedagang di Wisata Waetueo.

2.4 Bagan Kerangka Pikir

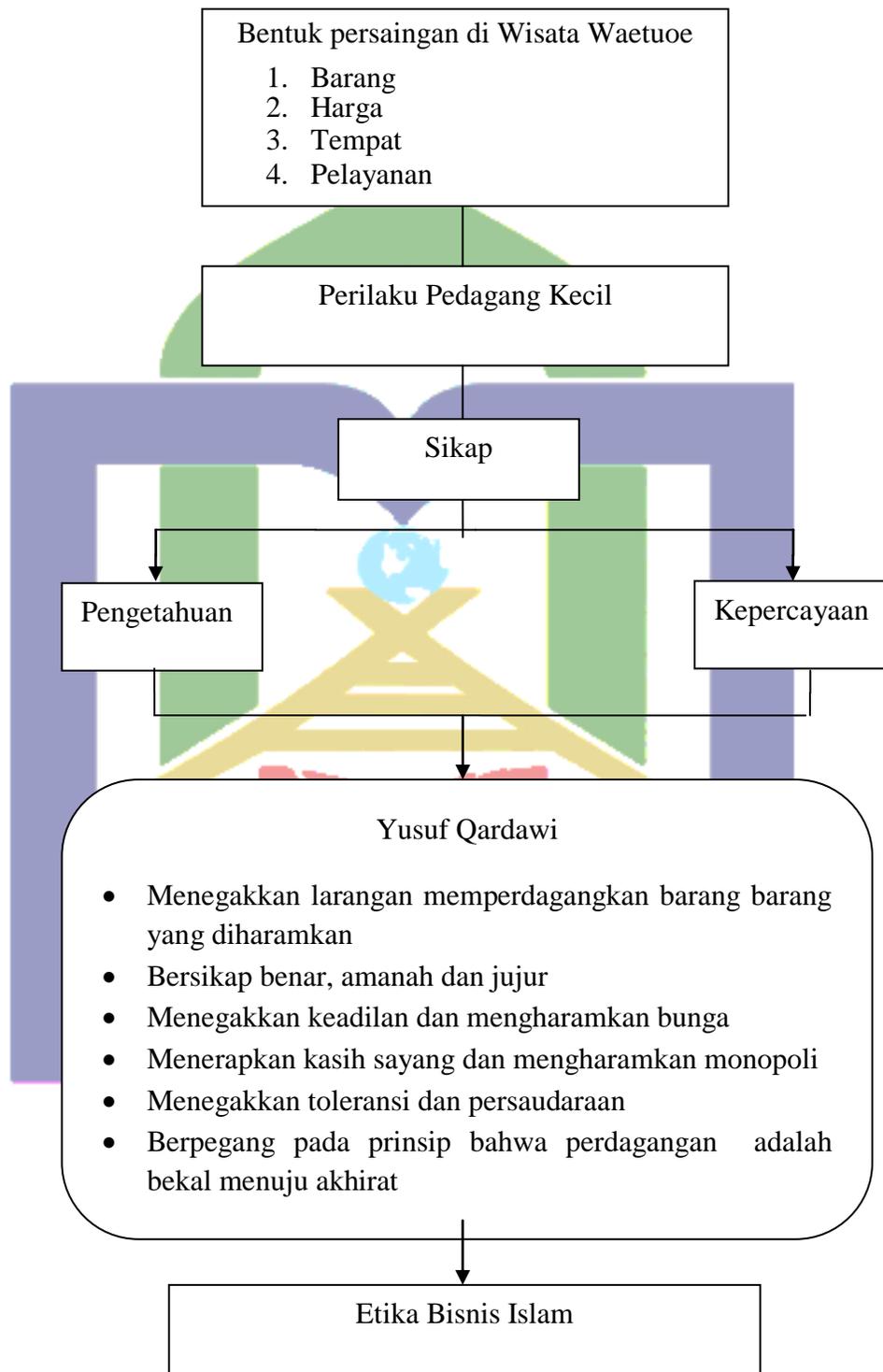
Wisata Waetuo Kab. Pinrang merupakan tempat hiburan yang digunakan sebagian masyarakat untuk memperoleh penghasilan dengan cara berdagang untuk memperoleh keuntungan yang lebih banyak. Karena itu persaingan antara para pedagang kecil terjadi, sebagian pedagang menggunakan beberapa cara agar mendapat keuntungan yang lebih besar.

Di Wisata Waetuo Kab. Pinrang ada berbagai bentuk persaingan yang terjadi, baik itu dalam bentuk pemasaran berupa persaingan dalam kualitas barang dagangan, harga, tempat dan promosinya, dan juga dalam bentuk pelayanan, persaingan tersebut dapat dilihat dari perilaku pedagang yang dapat diukur dengan sikap yang terdiri dari pengetahuan dan kepercayaan.

Dan juga perilaku pedagang yang ada di Wisata Waetuo tersebut diukur berdasarkan norma-norma dan nilai syariah menurut Yusuf Qardawi, apakah perilaku tersebut sesuai dengan etika perdagangan Islam dan prinsip etika bisnis Islam.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pikir dalam penelitian ini adalah:

Bagan kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam proposal ini merujuk pada Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (Makalah dan Skripsi) yang diterbitkan STAIN Parepare, tanpa mengabaikan buku-buku metodologi lainnya. Metode penelitian dalam buku tersebut, mencakup beberapa bagian, yakni jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.⁴⁷

3.1 Jenis penelitian

Dalam mengelola dan menganalisis data dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif, metode kualitatif adalah pertama, untuk mempermudah mendeskripsikan hasil penelitian dalam bentuk alur cerita atau teks naratif sehingga lebih mudah untuk dipahami. Pendekatan ini menurut peneliti mampu menggali data dan informasi sebanyak-banyaknya dan sedalam mungkin untuk keperluan penelitian. Kedua, pendekatan penelitian ini diharapkan mampu membangun keakraban dengan subjek penelitian atau informan ketika mereka berpartisipasi dalam kegiatan penelitian sehingga peneliti dapat mengemukakan data berupa fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Ketiga, peneliti mengharapkan pendekatan penelitian ini mampu memberikan jawaban atas rumusan masalah yang telah diajukan.⁴⁸

⁴⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi), Edisi Revisi* (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 30.

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), h. 115.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti dalam hal ini akan melakukan penelitian di wilayah desa Waetuo Kab. Pinrang Sulawesi Selatan dan waktu penelitian kurang lebih 2 bulan.

3.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan judul penulis maka akan difokuskan untuk melaksanakan penelitian tentang perilaku pedagang di desa Waetuo Kab. Pinrang, di mana studi ini membahas tentang etika pedagang berdasarkan tinjauan etika bisnis Islam dan prinsip etika bisnis Islam, kemudian dianalisis lebih dalam sesuai etika bisnis Islam.

3.4 Jenis Dan Sumber Data

Sumber data adalah semua keterangan yang diperoleh dari responden ataupun berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian tersebut.⁴⁹ Dalam penelitian lazimnya terdapat dua jenis data yang dianalisis, yaitu primer dan sekunder sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya.⁵⁰ Dengan kata lain diambil oleh peneliti secara langsung dari objek penelitiannya. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari lapangan baik yang berupa observasi maupun berupa hasil wawancara dengan para pedagang maupun pengunjung tentang perilaku pedagang di Wisata Waetuo Kab. Pinrang.

⁴⁹ Joko Subagyo, *Metode Penelitian (Daklam Teori Praktek)* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 87.

⁵⁰ Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Hanindita Offset, 1983), h. 55.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, peraturan perundang-undangan, dan lain-lain.⁵¹ Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh tidak langsung serta melalui media perantara. Dalam hal ini data sekunder diperoleh dari:

- a. Buku-buku tentang etika bisnis, etika bisnis Islam, ekonomi, ekonomi syariah dan lain-lain.
- b. Internet, artikel, dan kepustakaan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama peneliti adalah mendapatkan data. Penelitian ini, peneliti terlibat langsung di lokasi untuk mendapatkan data-data yang kongkret yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penyusunan ini adalah:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan di lokasi yaitu di Wisata Waetuo Kab. Pinrang.

b. Wawancara (*Interview*)

Merupakan alat pengumpul informasi dengan cara tanya jawab.

Ciri utama dari interview adalah kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi dan sumber informasi. Data penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait yaitu 8 pedagang dan 2 pengunjung.

⁵¹ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 106.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.⁵²

3.6 Tekhnik Analisis data

Analisis data merupakan proses pengindraan (*Description*) dan penyusunan transkrip serta material lain yang telah terkumpul. Maksudnya agar peneliti dapat menyempurnakan pemahaman terhadap data tersebut untuk kemudian menyajikannya kepada orang lain lebih jelas tentang apa yang telah ditemukan atau didapatkan di lapangan.⁵³

Analisis data nantinya akan menarik kesimpulan yang bersifat khusus atau berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai sesuatu fenomena dan menggeneralisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data yang berindikasi sama dengan fenomena yang bersangkutan.⁵⁴

Adapun tahapan dalam menganalisis data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Dalam tekhnik reduksi data yang pertama kali dilakukan adalah memilih hal-hal pokok dan penting mengenai permasalahan dalam peneliti, kemudian membuang data yang dianggap tidak penting.

⁵² Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 158.

⁵³ Sudarman Damin, *Menjadi Peneliti Kualitatif: Ancangan Metedeologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian Untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-Ilmu Sosial, Pendidikan, Humaniora* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), h. 37.

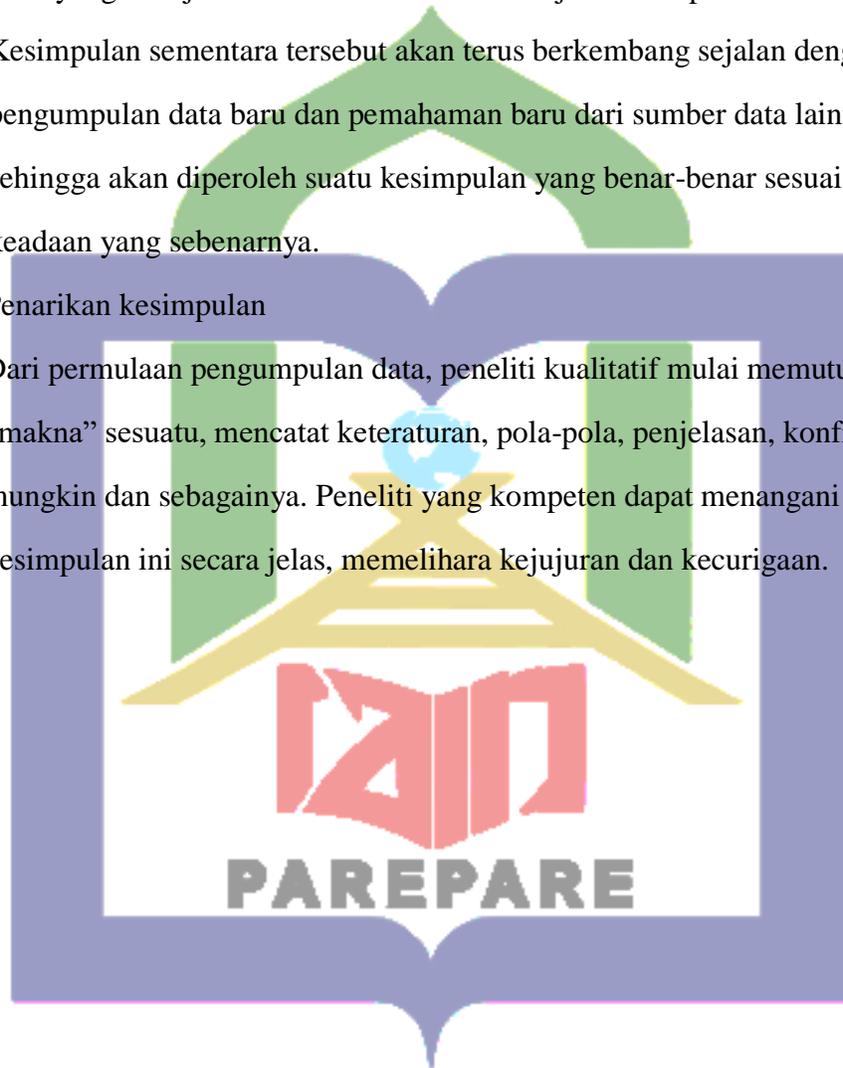
⁵⁴ Saifuddin Azwar, *Metedologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), h. 40.

2. Penyajian data (*Data Display*)

Di mana peneliti melakukan interpretasi dan penetapan makna dari data yang tersaji. Kegiatan ini dilakukan dengan cara komparasi dan pengelompokkan. Data yang tersaji kemudian dirumuskan menjadi kesimpulan sementara. Kesimpulan sementara tersebut akan terus berkembang sejalan dengan pengumpulan data baru dan pemahaman baru dari sumber data lainnya, sehingga akan diperoleh suatu kesimpulan yang benar-benar sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

3. Penarikan kesimpulan

Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan “makna” sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin dan sebagainya. Peneliti yang kompeten dapat menangani kesimpulan-kesimpulan ini secara jelas, memelihara kejujuran dan kecurigaan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Profil Kab. Pinrang dan Sejarah Wisata Waetuo

Kab. Pinrang adalah salah satu daerah tingkat II di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibukota kabupaten ini terletak di Pinrang, dan kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.961.77 km², terdiri dari tiga dimensi kewilayahan meliputi dataran rendah, laut, dan dataran tinggi, dengan jumlah penduduk sebanyak ±351.118 jiwa, di mana bahasa yang digunakan di Kab. Pinrang adalah mayoritas bahasa Bugis dan Patinjo. Penduduk di kabupaten ini mayoritas beragama Islam. Kab. Pinrang terletak pada koordinat antara 43°10'30"- 30°19'13" Lintang Utara dan 119°26'30"- 119°47'20" Bujur Timur. Jarak tempuh dari ibukota provinsi ke Kab. Pinrang ±180 km, dan batas-batas wilayah ini adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara: Kabupaten Tana Toraja
- Sebelah Selatan: Kota Parepare
- Sebelah Timur: Kabupaten Sidrap dan Kabupaten Enrekang
- Sebelah Barat: Selat Makassar dan Kabupaten Polmas

Wilayah Kab. Pinrang terbagi dalam 12 kecamatan terbagi atas 36 kelurahan dan 68 desa yang meliputi 86 lingkungan dan 189 dusun. Salah satu kecamatan yang ada di Kab. Pinrang yaitu Kecamatan Lanrisang yang terdiri dari 6 Desa dan 1 Kelurahan. Hal ini dapat kita lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Daftar Nama Desa di Kecamatan Lanrisang

No	Nama Desa
1	Desa Amassangang
2	Desa Mallongi-Longi
3	Desa Barang Palie
4	Desa Samaulue
5	Desa Lerang
6	Desa Waetuo
7	Kelurahan Lanrisang

Sumber Data : Kantor Camat Kecamatan Lanrisang

Salah satu desa yang ada di Kecamatan Lanrisang yaitu Desa waetuo, di mana Desa Waetuo merupakan salah satu wilayah di Kab. Pinrang yang memiliki objek wisata berupa pantai yaitu Wisata Bahari Waetuo atau lebih dikenal dengan Wisata Waetuo, yang berada di bagian paling selatan Dusun Waetuo.

Wisata Waetuo memiliki luas sepanjang pantai di bagian selatan Dusun Waetuo. Awal mula berdirinya Wisata Waetuo karena banyaknya orang yang sering mampir untuk berfoto dan menikmati pemandangan pantai, maka dari itu masyarakat memanfaatkan keadaan tersebut untuk berdagang, dan keuntungan yang dihasilkan cukup banyak, karena itulah masyarakat mengusulkan kepada pemerintah setempat agar mengembangkan tempat tersebut dan pemerintah pun mulai membangun tempat tersebut hingga akhirnya berdirilah Wisata Waetuo.

4.2. Bentuk Persaingan di Wisata Waetuo

Dalam sebuah usaha termasuk berdagang, persaingan antara sesama pedagang pasti terjadi, tetapi banyak cara yang dapat dilakukan dalam menyikapi persaingan tersebut. Dalam penelitian ini akan dipaparkan tentang bentuk persaingan dan perilaku pedagang kecil dalam bersaing yang ada di Wisata Waetuo, sebelum memaparkan hasil penelitian ini, maka terlebih dahulu penulis akan menguraikan kondisi yang ada di Wisata Waetuo tentang lamanya berdagang para pedagang dan alasan memilih pekerjaan sebagai pedagang di Wisata Waetuo.

Wisata Waetuo terbuka bagi siapa saja yang ingin mencari nafkah. Dan dalam penelitian ini penulis hanya memilih 8 pedagang dan 2 pengunjung serta Kepala Desa dan Kepala Dinas Pariwisata sebagai informan. Para pedagang di Wisata Waetuo keseluruhannya beragama Islam, ini berarti bahwa para pedagang seharusnya menjalankan bisnis dengan menerapkan etika bisnis Islam.

Pedagang yang berjualan di Wisata Waetuo ada berbagai macam, ada yang berdagang dalam waktu yang sudah cukup lama, dan ada juga yang baru mulai melaksanakan pekerjaan sebagai pedagang di Wisata Waetuo, hal ini dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Data lamanya pedagang berdagang di Wisata Waetuo

No	Lamanya berdagang	frekuensi
1	10 > Tahun	3
2	10 < Tahun	5

Sumber data: Hasil wawancara terhadap para pedagang di Wisata Waetuo

Berdasarkan tabel di atas dan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis dengan beberapa informan, 5 diantara mereka yang telah lama berdagang yaitu lebih dari sepuluh tahun, dan 3 diantara mereka yang masih menjalankan usahanya di bawah sepuluh tahun. Jadi dapat disimpulkan, pedagang yang ada di Wisata Waetueo kebanyakan telah berdagang dalam waktu yang cukup lama dan sebagian lagi baru memulai pekerjaannya sebagai pedagang.

Ada beberapa macam alasan yang dikemukakan para pedagang mengapa mereka memilih pekerjaan sebagai pedagang di Wisata Waetueo. Seperti yang dikemukakan oleh beberapa pedagang.

“Saya dari dulu memang bekerja di sini untuk isi waktu juga karena di wisata ini lebih banyak untung didapat karna banyak orang sering datang apalagi kalau hari libur terutama pas sudah lebaran itu banyak sekali orang jadi besar juga hasilnya.”⁵⁵

“Saya bekerja disini pastinya untuk mencari nafkah tambahan juga karna disini banyak orang kalau hari libur jadi kalau menjual disini lebih banyak untung di dapat jadi lumayan juga hasilnya.”⁵⁶

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa ada beberapa alasan yang dikemukakan oleh para pedagang untuk memilih berdagang di Wisata Waetueo salah satunya adalah mencari nafkah, tetapi mayoritas alasan para pedagang memilih usaha berdagang di Wisata Waetueo disebabkan karena adanya potensi yang besar untuk mendapatkan keuntungan yang lebih, jadi mereka memilih Wisata Waetueo untuk mencari nafkah sebagai usaha tambahan. Karena itu ada beberapa bentuk persaingan yang terjadi di Wisata Waetueo.

Berbagai bentuk persaingan yang terjadi dalam menjalankan suatu bisnis, ada persaingan yang dilakukan secara sehat, dan ada juga persaingan yang dilakukan

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan Rusdin (Pedagang di Wisata Waetueo), 8 Juni 2019.

⁵⁶ Hasil Wawancara dengan Rohani (Pedagang di Wisata Waetueo), 8 Juni 2019.

secara tidak sehat, persaingan sehat terjadi karena pihak-pihak bersaing secara sportif, sedangkan persaingan tidak sehat terjadi karena mereka bersaing untuk saling menjatuhkan dan tidak mengedepankan etika bisnis. Tetapi dalam bisnis pasti terjadi persaingan, untuk itu seseorang dituntut untuk menyikapi persaingan sesuai dengan etika bisnis. Menurut Kepala Desa Waetueo, berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis, mengatakan bahwa:

“Persaingan adalah hal yang wajar dalam perdagangan, mau tidak mau, pasti terjadi yang namanya persaingan, kita sebagai pemerintah memberikan kebebasan kepada para pedagang untuk berjualan di sana, dan membebaskan mereka dalam bersaing, seperti membebaskan dalam menetapkan harga, membebaskan dalam berjualan jenis barang apa saja yang penting itu halal dan tidak membahayakan orang dan pemerintah tetap mengontrol mereka.”⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa pemerintah memberikan kebebasan kepada para pedagang dalam berdagang, tetapi tetap dalam pengawasan. Persaingan merupakan motivasi untuk meningkatkan dagangan menjadi lebih baik. Seperti dikatakan oleh Karyawan Dinas Pariwisata Kab. Pinrang bahwa:

“Persaingan yang ada di Wisata Waetueo adalah suatu motivasi bagi para pedagang yang ada di sana untuk meningkatkan dagangan mereka jadi lebih baik lagi, kalau salah satu dari mereka membuat suatu kreatifitas untuk menarik pengunjung, maka yang lain juga akan membuat kreatifitas lebih bagus lagi, dan hal itu adalah sesuatu yang sangat positif.”⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa persaingan merupakan sebuah hal positif yang dapat meningkatkan motivasi, sehingga pedagang dapat menciptakan kreatifitas untuk menarik minat pengunjung.

Ada beberapa macam bentuk persaingan yang sering terjadi, salah satunya yaitu dalam hal pemasaran, yaitu barang, harga, tempat, promosi dan lain-lain, para

⁵⁷ Hasil wawancara dengan M. Ishak (Kepala Desa Waetueo), 9 juli 2019.

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Adnan Amin (Dinas Pariwisata Kab.Pinrang), 10 juli 2019.

pedagang bersaing dalam menarik minat pengunjung untuk membeli barang dagangannya, dalam pemasaran hal-hal yang sering dijadikan objek dalam bersaing yang juga menjadi bentuk persaingan yang terjadi di Wisata Waetueo adalah persaingan dari segi produk atau barang, harga, tempat, dan pelayanan.

4.2.1.1 Persaingan dalam bentuk Barang/Produk

Barang merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan dalam berdagang, barang juga merupakan unsur yang penting dalam bersaing karena dengan kualitas barang yang baik akan dapat memuaskan pembeli, dan hal itu dapat menarik pembeli untuk membeli barang dagangannya. Seperti halnya para pedagang di Wisata Waetueo, mereka bersaing dalam menjual barang-barang dengan tetap menjaga kualitas barang, agar pengunjung lebih tertarik membeli barang dagangannya. Sebagaimana dikatakan oleh pedagang yang ada di Wisata Waetueo berdasarkan wawancara dengan penulis, yang mengatakan bahwa:

“Saya biasanya memilih barang yang bagus untuk dijual dan berkualitas, agar para pengunjung itu lebih tertarik untuk datang kesini, dan untuk kue kue yang dijual rasanya harus bervariasi bentuknya juga beda beda, agar pembeli tidak bosan karna selalu ada rasa dan bentuk baru, kalau barangnya bagus maka pembeli juga puas dan mereka akan terus datang kesini untuk membeli barang kita lagi.”⁵⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa para pedagang di Wisata Waetueo dalam berdagang, mereka tetap menjaga kualitas barangnya, dan dalam menarik minat pengunjung, pedagang juga membuat inovasi-inovasi baru, seperti pedagang mendagangkan kue dan semacamnya selalu melakukan inovasi baru dari segi bentuk dan rasa agar dagangannya tidak membosankan para pengunjung atau pembeli yang datang, dan hal itu akan membuat pengunjung merasa puas dan

⁵⁹ Hasil Wawancara dengan Megawati (Pedagang di Wisata Waetueo), 8 Juni 2019.

tetap membeli di tempat mereka. Tidak hanya dari segi kualitas, para pedagang dalam meningkatkan minat pengunjung melalui barangnya, mereka juga memiliki beberapa cara lain. Sebagaimana dikatakan pedagang bahwa:

“Menurut saya kita harus menjual barang itu disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung yang datang, misalnya barang apa saja yang diperlukan kalau di pantai, seperti saya juga menyewakan ban ada juga yang sewa perahu, itu semua disesuaikan dengan tempat, supaya barangnya juga laku.”⁶⁰

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa, para pedagang di Wisata Waetuo, dalam bersaing untuk menarik minat pengunjung melalui produk atau barangnya, selain memperhatikan dari segi kualitas barang dan inovasi baru, mereka juga berlomba-lomba dalam menyediakan dan menjual barang-barang yang beragam dan sesuai kebutuhan serta dapat memberikan manfaat bagi para pengunjung yang datang ke pantai, seperti mereka menyewakan ban untuk berenang dan ada yang menyewakan perahu agar pengunjung dapat menikmati pemandangan di laut.

4.2.1.2 Persaingan dalam bentuk Harga

Harga adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan konsumen pada saat akan membeli barang, Para pedagang di Wisata Waetuo menetapkan harga sesuai kesepakatan para pedagang, karena Wisata Waetuo merupakan tempat yang memiliki potensi untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, karena itu pedagang menetapkan dan menentukan harga lebih tinggi dari harga pasaran, tetapi ada beberapa pedagang yang kadang memberikan harga di bawah kesepakatan untuk menarik minat pengunjung, sehingga harga barang yang dipatok oleh pedagang yang satu dengan yang lain berbeda, hal ini yang menimbulkan persaingan antara para

⁶⁰ Hasil Wawancara dengan Herma (Pedagang di Wisata Waetuo), 8 Juni 2019.

pedagang dari segi harga. Sebagaimana dikatakan oleh pedagang berdasarkan hasil wawancara dengan penulis yang mengatakan bahwa:

“Kami menentukan harga barang sesuai dengan kesepakatan tetapi harganya lebih tinggi dari harga yang ada diluar karna disini lebih banyak orang yang datang, jadi keuntungan yang juga di hasilkan akan lebih banyak. Tetapi ada juga pedagang memberi harga lebih rendah dari yang dibicarakan supaya orang lebih tertarik untuk datang kesitu.”⁶¹

Dari hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa beberapa Pedagang di Wisata Waetueo, memberikan harga di bawah kesepakatan bersama, agar pengunjung lebih tertarik membeli barangnya, hal ini diperjelas oleh salah satu pedagang yang mengatakan bahwa:

“Biasanya kita kasi juga harga rendah kepada pembeli, supaya lebih pilih datang kesini daripada tempat lain. Karna itu pengunjung pasti lebih pilih ke tempat lebih murah daripada tempat mahal. Tetapi kadang juga diberikan harga lebih besar kalau kelihatannya pengunjung itu banyak uang.”⁶²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa, para pedagang di Wisata Waetueo, dalam bersaing untuk menarik minat pengunjung melalui harga barangnya, beberapa pedagang memberikan harga lebih rendah dari harga kesepakatan hal itu dilakukan untuk menjatuhkan pesaing, agar pengunjung lebih tertarik membeli barangnya karena harga yang lebih murah dan juga ada pedagang yang memberikan harga lebih tinggi sesuai dengan penampilannya.

4.2.1.3 Persaingan dalam bentuk Tempat

Tempat merupakan hal yang sangat penting bagi pedagang dalam menarik pengunjung untuk datang. Tempat yang strategis merupakan salah satu faktor penting dalam berdagang, selain itu tempat tersebut harus bersih dan inovatif serta para

⁶¹ Hasil Wawancara dengan Nur Ananda (Pedagang di Wisata Waetueo), 8 Juni 2019.

⁶² Hasil Wawancara dengan Amiruddin (Pedagang di Wisata Waetueo), 8 Juni 2019.

pedagang harus mampu menciptakan suasana nyaman dan tentram agar orang-orang lebih tertarik untuk datang membeli. Begitupun dengan para pedagang di Wisata Waetueo yang membuat inovasi dengan membuat tempat istirahat yang nyaman agar pengunjung juga lebih nyaman untuk beristirahat. Sebagaimana dikatakan oleh pedagang yang ada di Wisata Waetueo berdasarkan hasil wawancara dengan peneliti yang mengatakan bahwa:

“Kalau ada pengunjung kita rebutan untuk panggil ke tempatta, dari itu kita buat tempat duduk se bagus mungkin dan tentunya nyaman dan tidak kepanasan untuk pengunjung yang bisa di pake agar bisa istirahat, terus yang paling penting itu kita bersihkan juga supaya tambah nyaman, dan kita buat semacam rumah-rumah atapnya dari daun kelapa agar orang-orang tidak kepanasan, terus dibersihkan mi juga supaya bagus dilihat.”⁶³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa para pedagang bersaing agar pengunjung lebih tertarik untuk datang ke tempat mereka, karena itu mereka membuat tempat untuk dijadikan tempat istirahat bagi pengunjung yang datang agar mereka nyaman dan terhindar dari panas, hal itu akan menarik minat pengunjung untuk datang, sehingga secara tidak langsung barang dagangan mereka banyak yang terjual karena pengunjung dapat beristirahat sambil menikmati makanan kecil. Sebagaimana dikatakan oleh pedagang berdasarkan wawancara dengan peneliti, yang mengatakan bahwa:

“Agar banyak orang datang beli, biasa disediakan tempat duduk-duduk yang banyak, supaya banyak juga orang duduk disini, kan kalau banyak orang duduk biasa banyak juga laku barang ta”⁶⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa, para pedagang di Wisata Waetueo, dalam bersaing untuk menarik minat pengunjung

⁶³ Hasil Wawancara dengan Verawati (Pedagang di Wisata Waetueo), 8 Juni 2019.

⁶⁴ Hasil Wawancara dengan Malla (Pedagang di Wisata Waetueo), 8 Juni 2019.

melaui tempat, mereka menggunakan cara-cara yang yang inovatif seperti, mereka menyediakan tempat-tempat duduk agar mereka dapat beristirahat, sehingga pedagang berlomba-lomba untuk menyiapkan tempat yang bagus dan nyaman. Dengan adanya persaingan ini maka para pedagang semakin termotivasi untuk lebih mengembangkan usahanya agar pengunjung lebih tertarik datang ke tempat mereka, karena menurut para pedagang semakin banyak pengunjung yang datang ketempatnya maka semakin besar pula peluang agar dagangan mereka dapat terjual.

4.2.1.4 Persaingan dalam bentuk Pelayanan

Pelayanan kepada pembeli merupakan unsur penting dalam berdagang, pelayanan tersebut bertujuan untuk memelihara dan meningkatkan hubungan antar pedagang dan pembeli. Pedagang dalam melayani pengunjung di Wisata Waetueo, bersikap ramah dan melayani pembeli dengan baik. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa pengunjung.

“Mereka dalam melayani pembeli memang sangat sopan dan ramah, mereka juga melayani kami dengan baik jadi kita juga merasa nyaman karna mereka sangat baik.”⁶⁵

“Mereka sangat ramah, kami juga biasa berbincang bincang, jadi kami pengunjung tidak merasa canggung dengan pedagang, mereka juga menyiapkan apa yang kami perlukan.”⁶⁶

Dari hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa para pedagang di Wisata Waetueo dalam melayani pengunjung selalu bersikap ramah dan sopan, mereka berlomba-lomba untuk melayani pengunjung sebaik mungkin hal ini terlihat dari kepuasan pengunjung terhadap pelayanan para pedagang.

⁶⁵ Hasil Wawancara dengan Indah (Pengunjung di Wisata Waetueo), 9 Juni 2019.

⁶⁶ Hasil Wawancara dengan Fika (Pengunjung di Wisata Waetueo), 9 Juni 2019.

Tetapi dalam melayani para pengunjung yang datang ketempatnya, pedagang biasanya berbincang-bincang dengan para pengunjung, dan ada beberapa pedagang yang menjelek-jelekan pedagang yang lainnya, agar pengunjung tidak tertarik untuk datang ke tempat tersebut, hal ini sesuai dengan perkataan pengunjung.

“Ada juga pedagang kalau datang ketempatnya istirahat sambil bercerita biasanya dia kasi jelek nama pedagang lain, seperti terlalu mahal barangnya disitu atau tempatnya kotor, itu mungkin supaya pembeli tidak datang kesana.”⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa, para pedagang di Wisata Waetueo, dalam bersaing untuk menarik minat pengunjung melalui pelayanan mereka telah bersikap ramah terhadap pembeli dan melayani mereka dengan sopan tetapi pedagang tersebut menjelekan pedagang lainnya untuk menjatuhkan pesaingnya.

Dalam Islam berbagai cara dibolehkan untuk menarik minat pengunjung, asal sesuai dengan etika bisnis Islam dan tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Dan bentuk-bentuk persaingan yang ada di Wisata Waetueo yaitu persaingan dari segi barang, harga, tempat dan pelayanan, dan bentuk persaingan tersebut merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan dalam bersaing, agar tidak bertentangan dengan ajaran agama Islam dan sesuai dengan etika bisnis Islam.

4.3 Perilaku Pedagang di Wisata Waetueo Menurut Etika Bisnis Islam

Terjadinya persaingan, baik itu persaingan sehat maupun persaingan tidak sehat disebabkan karena perilaku para pedagang itu sendiri. Dalam proses pembentukan dan perubahan perilaku seseorang, dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari dalam dan luar individu. Faktor dari dalam individu mencakup

⁶⁷ Hasil Wawancara dengan Indah (Pengunjung di Wisata Waetueo), 9 Juni 2019.

pengetahuan, kecerdasan, persepsi, sikap, emosi, dan motivasi yang berfungsi untuk mengolah rangsangan dari luar. Faktor dari luar individu, meliputi lingkungan sekitar baik fisik maupun non fisik seperti iklim, interaksi manusia, sosial, ekonomi, budaya dan sebagainya. Faktor yang mempengaruhi perilaku manusia yaitu sikap, dan sikap dibentuk oleh pengetahuan dan kepercayaan yang dimiliki manusia. Karena itu akan dijelaskan tentang sikap yang mempengaruhi perilaku.

Sikap adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi perilaku seseorang, karena sikap menyebabkan seseorang bertindak terhadap objek tertentu, seperti halnya pedagang di Wisata Waetuoë, mereka berperilaku didasarkan dengan sikap, karena sikap yang menentukan perilaku pedagang dalam berdagang.

“Pastinya sikap pasti sangat berpengaruh terhadap perilaku seseorang karna sikap yang membentuk perilaku seseorang, kalau sikapnya baik pasti juga perilakunya baik, begitu juga sebaliknya kalau sikapnya buruk perilakunya juga pasti buruk.”⁶⁸

“Seseorang berperilaku itu pasti didasarkan dengan sikapnya, tetapi ada hal hal tertentu yang membuat seseorang bersikap, kalau seorang pedagang pasti dia bersikap demikian karna dia ingin mendapatkan keuntungan lebih banyak, dia juga pasti akan bersikap ramah kepada setiap pengunjung yang datang, karena ingin orang datang untuk membeli.”⁶⁹

Dari hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa sikap sangat mempengaruhi perilaku seseorang, karena dari sikap terbentuk sebuah perilaku, dan sikap dibentuk oleh beberapa faktor yang juga mempengaruhi perilaku yaitu pengetahuan dan kepercayaan.

a. Pengetahuan

⁶⁸ Hasil wawancara dengan M. Ishak (Kepala Desa Waetuoë), 9 juli 2019.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Adnan Amin (Karyawan Dinas Pariwisata Kab. Pinrang), 10 juli 2019.

Pengetahuan adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku seseorang, karena dengan pengetahuan seseorang akan dapat lebih mengetahui tingkah baik dan buruk sesuatu. Pengetahuan bisa dilihat dari tingkat pendidikan seseorang. Seperti halnya pedagang di Wisata Waetuo, di mana perilaku pedagang dipengaruhi oleh pendidikan dan pemahaman mengenai etika dalam berdagang yang akan berpengaruh terhadap cara berdagang.

“Kalau masalah pendidikan, pasti akan berpengaruh terhadap cara berjualan seseorang, kalau dia punya pendidikan tinggi maka dia pasti punya banyak cara yang kreatif agar dagangannya dapat diminati pengunjung, dan juga kalau seseorang paham tentang cara berjualan pasti akan tau bagaimana cara berjualan yang baik, agar tidak melakukan sesuatu yang buruk.”⁷⁰

“Pedagang yang berjualan di Wisata Waetuo, adalah orang yang kebanyakan hanya tamatan SMA, dan mereka pasti tidak tau tentang bagaimana etika bisnis Islam, tetapi mereka pasti tahu tentang mana yang baik dan yang buruk, yang harus dilakukan atau tidak harus dilakukan dalam berjualan, kalau ada perilaku pedagang yang tidak sesuai aturan Islam, mereka hanya ingin dapat keuntungan lebih banyak.”⁷¹

Dari hasil wawancara dapat dilihat bahwa, pendidikan berpengaruh dalam pembentukan sikap dan cara berdagang seseorang karena dengan pengetahuanyang dimilikinya akan dapat membentuk suatu inovasi dalam berdagang.

Ada berbagai macam tingkat pendidikan pedagang di Wisata Waetuo, mulai dari tingkat SD, SMP, SMA, dan ada juga yang sementara menjalani status sebagai siswa atau pelajar. Hal ini dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Table 4.3 Data tingkat pendidikan pedagang di Wisata Waetuo

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Adnan Amin (Karyawan Dinas Pariwisata Kab. Pinrang), 10 juli 2019.

⁷¹ Hasil wawancara dengan M. Ishak (Kepala Desa Waetuo), 9 juli 2019.

1	SD	1
2	SMP	2
3	SMA	3
4	Masih Berstatus Sebagai Siswa	2

Sumber data: Hasil wawancara terhadap para pedagang di Wisata Waetuo

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa, 1 di antara mereka yang pendidikan terakhirnya yaitu SD, 2 di antara mereka yang pendidikan terakhirnya yaitu SMP, 3 di antara mereka yang pendidikan terakhirnya yaitu SMA, dan 2 di antara mereka yang masih berstatus sebagai siswa atau pelajar. Jadi dapat disimpulkan pedagang yang ada di Wisata Waetuo memiliki pendidikan yang berbeda-beda, tetapi semuanya pernah merasakan pendidikan.

Selain pendidikan, pemahaman terhadap sesuatu juga sangat berpengaruh dalam membentuk sikap, karena pendidikan dapat membentuk pemahaman seseorang lebih baik, seperti halnya pedagang di Wisata Waetuo, dengan pemahaman yang dimiliki tentang etika bisnis Islam akan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang dalam berdagang. Sebagaimana dikatakan oleh pedagang berdasarkan hasil wawancara dengan penulis bahwa:

“Saya tidak mengetahui tentang etika bisnis Islam, tetapi saya tahu perbuatan mana yang baik dan perbuatan mana yang buruk dan yang harus dikerjakan.”⁷²

“Saya tidak tau tentang etika bisnis, saya hanya berjualan saja seperti biasanya dan orang sering lakukan dan yang hanya saya tau kalau berdagang harus jujur.”⁷³

⁷² Hasil Wawancara dengan Verawati (Pedagang di Wisata Waetuo), 8 Juni 2019.

⁷³ Hasil Wawancara dengan Nur Ananda (Pedagang di Wisata Waetuo), 8 Juni 2019.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa para pedagang di Wisata Waetuoë tidak mengetahui tentang etika bisnis Islam, tetapi mereka berdagang pada umumnya tanpa adanya pengetahuan tentang etika bisnis Islam, tetapi mereka mengetahui tentang tindakan yang benar dan buruk dalam berdagang. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap pembentukan perilaku seseorang, tetapi jika seseorang telah memiliki pengetahuan, tanpa adanya kepercayaan melakukan, sikap tidak dapat terwujud.

b. Kepercayaan

Kepercayaan adalah sebuah dasar seseorang untuk berperilaku, karena jika seseorang telah memiliki kepercayaan maka akan mendorong mereka untuk melakukan sesuatu, sehingga mereka akan berperilaku sesuai dengan kepercayaannya. Seperti halnya perilaku pedagang di Wisata Waetuoë, dalam berdagang mereka akan berperilaku sesuai dengan kepercayaannya. Sebagaimana dikatakan pengunjung berdasarkan hasil wawancara dengan penulis yang mengatakan bahwa:

“Keyakinan memang sangat berpengaruh kalau seseorang tidak yakin maka pasti mereka juga tidak akan lakukan sesuatu kalau dia tidak yakini, dan jika mereka yakin, pasti mereka akan berperilaku sesuai keyakinannya.”⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa kepercayaan atau keyakinan, mendorong seseorang untuk bersikap dan membentuk sebuah perilaku, jadi dapat disimpulkan bahwa adanya keyakinan karena sebuah motivasi yang mendorong seseorang untuk bersikap. Sebagaimana dikatakan pedagang berdasarkan hasil wawancara dengan penulis bahwa:

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Adnan Amin (Karyawan Dinas Pariwisata Kab. Pinrang), 10 juli 2019.

“Kami berperilaku karna kami yakin kalau kita seperti ini maka penghasilan kami akan lebih banyak, kita mau mendapatkan keuntungan yang banyak agar dapat memenuhi kebutuhan hidup.”⁷⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa keyakinan untuk bersikap atau berperilaku dalam berdagang, karena adanya dorongan atau motivasi pedagang untuk mendapatkan keuntungan yang banyak agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.

Faktor–faktor tersebut adalah faktor yang mempengaruhi perilaku manusia, seseorang akan bertindak dalam melakukan sesuatu berdasarkan sikap, yang dibentuk oleh pengetahuan, dan keyakinan yang dimilikinya. Karena pengetahuan tidak akan membentuk suatu sikap, jika tidak ada landasan kepercayaan atau keyakinan yang dapat membuat seseorang bersikap. Oleh karena itu seseorang bertindak karena disebabkan oleh beberapa faktor, dan faktor tersebut yang membentuk perilaku.

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral-moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi, harus merujuk kepada norma-norma moral yang terdapat pada masyarakat.⁷⁶

Etika dalam berdagang merupakan sebuah hal yang sangat penting, dalam Islam etika-etika dalam bisnis mengacu pada dua sumber yaitu Al-Qur’an dan Sunnah Nabi Muhammad saw. Etika dalam Islam mempunyai aturan-aturan dalam berdagang:

4.3.1 Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang haram.

⁷⁵ Hasil Wawancara dengan Herma (Pedagang di Wisata Waetuoe), 8 Juni 2019.

⁷⁶ Damsar, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2002), h. 41.

Perilaku yang muncul dari memahami nilai ini adalah larangan mengedarkan barang-barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, atau memindahkan. Di Wisata Waetuoe pedagang hanya memperdagangkan barang-barang yang diperbolehkan. Sebagaimana dikatakan oleh pedagang di Wisata Waetuoe.

“Kita disini para pedagang tidak pernah menjual barang-barang yang dilarang, kami selalu menjual barang-barang yang diperbolehkan.”⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa pedagang, hanya menjual barang-barang yang halal dan diperbolehkan, pedagang tidak pernah menjual barang-barang yang haram apalagi barang yang dilarang untuk diperdagangkan. Hal ini diperjelas oleh pedagang lainnya.

“Selama saya menjual disini, tidak pernah saya dengar kalau ada pedagang menjual barang-barang terlarang, kami disini selalu menjual barang-barang yang baik.”⁷⁸

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pedagang di Wisata Waetuoe, selalu menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan, mereka tidak pernah memperdagangkan barang-barang yang dilarang, dan para pedagang selalu menjual barang-barang yang halal dan diperbolehkan dan hal ini telah sesuai dengan etika perdagangan Islam yaitu jujur.

4.3.2 Bersikap benar, amanah, dan jujur.

Di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga. Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi

⁷⁷ Hasil Wawancara dengan Verawati (Pedagang di Wisata Waetuoe), 8 Juni 2019.

⁷⁸ Hasil Wawancara dengan Megawati (Pedagang di Wisata Waetuoe), 8 Juni 2019.

haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga atau upah. Selain benar dan memegang amanah, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

Dilihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan, bahwa persaingan yang terjadi di Wisata Waetuo, pedagang berlaku jujur dalam hal memperjuangkan belikan barangnya, yaitu dalam menjelaskan cacat pada barang. Sebagaimana dikatakan oleh pedagang di Wisata Waetuo bahwa:

“Kalau ada barang yang tidak bagus, kita tidak jual atau tidak disewakan, seperti ini kami kasi sewakan ban untuk di pake berenang, tapi kami sewakan yang bagus bagus saja, kalau ada orang mau sewa kami bilang itu ban cepat kempes, tidak bagus kalau di pake di laut cepat kempes nanti, kalau ada ban begitu kita perbaiki atau tambal supaya tidak bahaya kalau napakai orang.”⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa pedagang di Wisata Waetuo bersikap jujur dalam hal menjelaskan cacat pada barangnya, mereka tidak menjual barang apabila ada yang rusak, karena menurut mereka, akan berbahaya bagi pengunjung jika menjual barang yang sudah tidak layak untuk digunakan.

Begitupun dalam hal amanah, para pedagang di Wisata Waetuo selalu dapat menjalankan amanah yang diberikan kepada mereka dengan baik, mereka dapat dipercaya, seperti dalam hal penitipan barang. Hal ini dijelaskan dari perkataan pengunjung.

⁷⁹ Hasil Wawancara dengan Malla (Pedagang di Wisata Waetuo), 8 Juni 2019.

“Kalau menitip barang selalu terjaga, tidak pernah ada barang yang hilang atau kurang dan juga kalau menitip barang tidak perlu di bayar. Jadi kami juga merasa aman kalau menitipkan barang kami.”⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa dalam menjaga amanah yang diberikan, pedagang dapat dipercaya dalam menitipkan barang para pengunjung. Hal ini dapat dilihat dari tingkat kepuasan para pengunjung. Pedagang di Wisata Waetueo juga dapat dipercaya jika menemukan barang yang hilang, hal ini berdasarkan keterangan pengunjung.

“Kalau ada barang jatuh biasa kalau na dapat penjual na kasi kembalikan atau na simpan sampai ada orang cari itu barang.”⁸¹

“Saya kira penjual disini jujur-jujur karna kalau hilang barang baru dia dapat dikasi kembali sama yang punya, barang saya juga pernah hilang terus kebetulan yang dapat penjualnya, terus dia simpan sampai saya cari terus baru na kasi kembali kalau ada orang cari barangnya.”⁸²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa beberapa pedagang di Wisata Waetueo mengembalikan hak orang lain kepada pemiliknya jika mereka menemukan suatu barang yang bukan menjadi haknya dan mereka menyimpan barang tersebut untuk dikembalikan kepada pemiliknya.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pedagang di Wisata Wetueo selalu bersikap jujur dan amanah dalam hal menjelaskan kecacatan barangnya, juga dapat dipercaya dalam hal menjaga dengan baik barang titipan para pengunjung, dan apabila menemukan barang temuan, mereka mengembalikannya kepada pengunjung yang kehilangan barang tersebut, dan hal ini telah sesuai dengan etika perdagangan Islam yaitu jujur, amanah, tidak menipu, menepati janji serta murah hati.

⁸⁰ Hasil Wawancara dengan Indah (Pengunjung di Wisata Waetueo), 9 Juni 2019.

⁸¹ Hasil Wawancara dengan Fika (Pengunjung di Wisata Waetueo), 9 Juni 2019.

⁸² Hasil Wawancara dengan Indah (Pengunjung di Wisata Waetueo), 9 Juni 2019.

4.3.3 Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.

Perilaku dari nilai ini diantaranya adalah tidak melakukan jual beli yang mengandung ketidakjelasan, tidak bertransaksi dengan lembaga riba, menyempurnakan timbangan dan takaran, tidak melakukan penimbunan barang dengan tujuan memperlmainkan harga. Di Wisata Waetuo, para pedagang hanya menjual barang-barang seperti kerupuk-kerupuk, minuman dingin, serta mereka biasa menjual makanan seperti gorengan, mie siram dan makanan pelengkapny, dan juga mereka menyewakan ban untuk dipakai berenang serta menyewakan perahu untuk digunakan berkeliling di laut. Jadi barang-barang yang mereka jual tidak menggunakan takaran atau timbangan, tetapi barang yang langsung dapat dipilih sendiri oleh para pembeli. Dalam menetapkan harga pada pengunjung, pedagang menetapkan harga sesuai kondisi. Sebagaimana hasil wawancara dengan pedagang yang mengatakan bahwa:

“Kami memberikan harga sesuai dengan kesepakatan bersama dan dilihat dari modal yang kami keluarkan, tapi memang kalau kita menjual barang disini biasanya lebih tinggi dari harga yang ada dipasaran karna itu dilihat dari kondisinya juga yang sangat ramai. Jadi ada keuntungan lebih dari situ. Juga Kalau penampilan pembeli juga kelihatan bagus, itu biasanya banyak uangnya dan biasa kita kasi harga lebih tinggi lagi.”⁸³

“Kalau untuk harga kerupuk-kerupuk biasanya orang jual lima ratus satu, kami jual disini dua ribu tiga, kalau harga seribu kami jual seribu lima ratus, kita semua sepakat jual segitu, kecuali kalau ada penjual mau ambil hatinya pengunjung biasa dia jual di luar kesepakatan ta supaya banyak yang beli barangnya, tapi kalau harga umunya disini ya begitu memang ji.”⁸⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa dalam menjual barangnya, pedagang di Wisata Waetuo sepakat menetapkan harga yang lebih tinggi dari harga yang ada di tempat lain, karena mereka melihat potensi keuntungan yang

⁸³ Hasil Wawancara dengan Amiruddin (Pedagang di Wisata Waetuo), 8 Juni 2019.

⁸⁴ Hasil Wawancara dengan Nur Ananda (Pedagang di Wisata Waetuo), 8 Juni 2019.

lebih besar dari banyaknya pengunjung yang datang, jadi para pedagang bisa mendapat keuntungan lebih banyak, ada juga pedagang dalam menetapkan harga melihat dari penampilan pengunjung, jika penampilan mereka bagus, maka harga yang diberikan juga lebih tinggi. Hal ini diperjelas oleh perkataan pengunjung yang kurang puas terhadap harga yang ditetapkan.

“Harganya itu lumayan mahal disini, beda harganya kalau beliki diluar, harganya biasa bagi dua sama diluar Wisata, jadi kita biasa sebelum kesini beli memang maki dijalan supaya tidak beli maki nanti disini.”⁸⁵

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pedagang di Wisata Waetueo menetapkan harga yang lebih tinggi dari harga yang ada di pasaran, dan ada yang menetapkan harga melihat dari penampilan, hal ini berarti bahwa pedagang tidak menegakkan prinsip mengharamkan bunga.

4.3.5 Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.

Islam ingin menegakkan kasih sayang dibawah naungan norma pasar. Kemanusiaan yang besar menghormati yang kecil, yang kuat membantu yang lemah, yang bodoh belajar dari yang pintar, dan manusia menentang kezaliman. Oleh sebab itu, Islam mengharamkan monopoli, yang dimaksud monopoli ialah menahan barang dari perputaran di pasar sehingga harganya naik. Para pedagang di Wisata Waetueo tidak menerapkan praktik monopoli. Sebagaimana dijelaskan pedagang.

“Kami itu berjualan, ya berjualan saja, tidak ada itu istilah kami sendiri yang jual itu barang terus dinaikkan harganya, kami semua disini menjual seperti biasa, kalau ada beli ya bagus, tapi kalau tidak ada yang beli tidak apa-apa juga. Kalau ada persaingan-persaingan kecil itu wajar dalam sebuah bisnis.”⁸⁶

⁸⁵ Hasil Wawancara dengan Fika (Pengunjung di Wisata Waetueo), 9 Juni 2019.

⁸⁶ Hasil Wawancara dengan Rusdin (Pedagang di Wisata Waetueo), 8 Juni 2019.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa para pedagang di Wisata Wetuoe, mengharamkan monopoli, mereka berdagang seperti biasanya tanpa adanya niat ingin menimbun barang agar harganya menjadi lebih tinggi dan hal ini telah sesuai dengan etika perdagangan Islam.

4.3.6 Menegakkan toleransi dan persaudaraan.

Salah satu etika yang harus dijaga adalah menjaga hak-hak orang lain demi terpeliharanya persaudaraan, tanpa membedakan agama, dan budaya. Saling tolong menolong antara sesama tanpa membeda-bedakan antara dengan yang lain. Juga saling menghargai pendapat masing-masing serta selalu menjaga komunikasi agar dapat berjalan dengan baik. Seperti halnya pedagang di Wisata Waetueo meskipun terjadi persaingan tetapi mereka selalu menjaga persaudaraan. Sebagaimana dijelaskan pedagang.

“Kami disini tetap saling tolong, kalau ada mau di bantu kami tetap bantu juga, begitu juga sama yang lain, kalau juga kurang pengunjung yang datang, kita saling mengunjungi untuk bicara-bicara.”⁸⁷

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pedagang di Wisata Wetuoe, tetap menjaga persaudaraannya, saling membantu dan tolong menolong dan tetap menjaga komunikasi dengan baik.

4.3.7 Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan bekal menuju akhirat.

Bekal Pedagang Menuju Akhirat, salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan ialah, meskipun seorang muslim telah meraih keuntungan lewat perdagangan dan transaksi, tetapi tidak lupa kepada Tuhannya, dan tidak lupa menegakkan syariat agama, terutama shalat yang merupakan hubungan abadi antara

⁸⁷ Hasil Wawancara dengan Herma (Pedagang di Wisata Waetueo), 8 Juni 2019.

manusia dan Tuhannya. Demikian yang terjadi di Wisata Wetuoe, pedagang tidak melupakan shalat lima waktu, meskipun mereka melaksanakan shalat ketika pengunjung tidak terlalu banyak.

“Kami tetap menjalankan shalat apabila berjualan tapi kalau ada pembeli dilayani dulu, saya shalat kalau pembeli sudah tidak ramai jadi ada waktu disitu untuk shalat.”⁸⁸

“Kalau masuk waktu shalat terus banyak pembeli kita layani dulu sampai tidak ada orang mau membeli, kan bisa ji gantian orang jaga, kalau sudah shalat yang satu, ganti lagi jaga yang lain.”⁸⁹

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pedagang di Wisata Wetuoe, tetap menjalankan shalat, tetapi mereka tetap melayani pengunjung terlebih dahulu, hal ini berarti bahwa mereka tetap menjalankan akhirnya, namun lebih mengutamakan dunianya.

Berdasarkan perilaku-perilaku yang telah dijelaskan di atas, maka perilaku-perilaku pedagang yang ada di Wisata Waetuo tersebut akan dijelaskan mengenai prinsip-prinsip etika bisnis Islam, apakah perilaku para pedagang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

Prinsip adalah asas atau kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak dan sebagainya. Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pelaku bisnis. Etika bisnis Islam memiliki beberapa prinsip yang harus diterapkan oleh para pedagang dan pelaku bisnis di antaranya prinsip kesatuan, kehendak bebas, kebenaran, keseimbangan/keadilan dan tanggung jawab. Kelima prinsip ini merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan bisnis.

1. Prinsip Kesatuan/ Tauhid (*Unity*)

⁸⁸ Hasil Wawancara dengan Nur Ananda (Pedagang di Wisata Waetuo), 8 Juni 2019.

⁸⁹ Hasil Wawancara dengan Rohani (Pedagang di Wisata Waetuo), 8 Juni 2019.

Kesatuan ialah merupakan prinsip-prinsip yang terealisasikan dalam konteks tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek dalam kehidupan manusia baik dalam bidang politik, sosial, dan ekonomi yang sesuai dengan anjuran etika bisnis Islam. Pada konsep ini seorang makhluk harus benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak Allah swt. Namun, di lain pihak konsep ini juga sangat memperhatikan eksistensi manusia sebagai makhluk hidup dan bersama-sama dengan manusia lain menjadi satu kesatuan yang diikat dengan ketaatan kepada Allah swt. Seperti dijelaskan dalam Q.S. Fatir/35: 29.

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجْرَةً لَّانَّ تَبُورَ ٢٩

Terjemahnya:

“Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi.”⁹⁰

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, wujud dari ketaatan kepada Allah swt yang dilakukan oleh pedagang yaitu dengan melaksanakan shalat, namun menyelesaikan urusannya dahulu dan bersedekah. Berdasarkan hasil wawancara, dalam hal tauhid, maka penulis menyimpulkan bahwa pedagang di Wisata Waetueo dalam melaksanakan usahanya, telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

2. Prinsip Kehendak bebas (*free will*)

⁹⁰ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahnya*, h. 438.

Pada tingkat tertentu manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri, dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah swt, ia diberi kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, memilih jalan hidup diinginkan dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan yang ia pilih.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, Prinsip kehendak bebas yang diwujudkan pedagang, yaitu dengan memberikan kebebasan kepada pedagang lain untuk berjualan dan juga memberi kebebasan kepada para pengunjung untuk memilih barang sesuai dengan kemauannya. Berdasarkan hasil wawancara, dalam hal memberikan kehendak bebas, maka penulis menyimpulkan bahwa pedagang di Wisata Waetuo dalam melaksanakan usahanya telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

3. Prinsip Kebenaran (kebajikan dan kejujuran)

Etika bisnis Islam sangat menjaga agar tidak ada kemungkinan kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis. Kebenaran yang dimaksud di sini adalah motif pelayanan, produk yang halal, kesadaran akan adanya Allah swt dan aturan perilaku yang benar untuk meraih keuntungan dengan jalan yang baik dan berdasarkan etika bisnis Islam. Kebajikan ialah perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat untuk orang lain, dan kejujuran adalah sikap jujur dan benar dalam proses bisnis tanpa adanya penipuan. Sebagaimana dijelaskan dalam Q.S. At- Taubah/9: 119.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ١١٩

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.”⁹¹

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, pedagang dalam menjalankan bisnisnya dapat merugikan pihak lain, yaitu dengan menjelekkkan pedagang lainnya, dan beberapa pedagang juga menambah harga pada barangnya, agar mendapatkan keuntungan lebih banyak, juga pedagang biasanya dapat menurunkan harga pada barangnya diluar kesepakatan bersama agar dapat menjatuhkan pedagang lainnya. Tetapi para pedagang jujur dalam menjual barangnya, juga dapat dipercaya dalam menitipkan barang para pengunjung. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dalam hal kebenaran (kebajikan dan kejujuran), maka penulis menyimpulkan bahwa ada beberapa perilaku pedagang yang telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu jujur terhadap memperjual belikan barangnya dan jujur kepada pengunjung, tetapi ada juga perilaku pedagang di Wisata Waetuo dalam melaksanakan usahanya tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu menjelekkkan atau menjatuhkan pedagang lainnya dan adanya unsur riba.

4. Prinsip Keadilan/Keseimbangan

Keseimbangan di sini ialah keadilan dan kesetaraan, di mana persyaratan adil yang paling mendasar di dalam perniagaan ialah membentuk mutu kualitas dan ukuran kuantitas pada setiap takaran maupun timbangan. Seperti dalam Q.S. Al- An'am/6: 152.

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَلَّكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

١٥٢

⁹¹ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahnya*, h. 207.

Terjemahnya:

“Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.”⁹²

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, Pedagang dalam menjalankan bisnisnya, tidak menggunakan takaran atau timbangan, dalam hal ini pengunjung dapat mengambil sendiri barang yang diinginkannya tetapi biasanya ada beberapa pedagang yang tidak adil dalam memberikan harga kepada pengunjung, mereka memberikan harga sesuai dengan penampilan pengunjung, jika penampilan mereka bagus maka mereka menetapkan harga yang tinggi dari biasanya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dalam hal keadilan terhadap pengunjung, maka penulis menyimpulkan bahwa beberapa pedagang di Wisata Waetuo dalam melaksanakan usahanya tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

5. Tanggung Jawab

Setiap pedagang harus bertanggung jawab atas usaha dan sebagai pedagang yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab di sini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat, dapat dipercaya serta menerima segala resiko dan mau mengakui kesalahan yang telah diperbuat dan memberikan solusi dari usahanya tersebut. Seperti dijelaskan dalam Q.S. An-Nisa/4: 123.

لَيْسَ بِأَمَانِيكُمْ وَلَا أَمَانِي أَهْلِ الْكِتَابِ مَنْ يَعْمَلْ سُوءًا يُجْزَ بِهِ وَلَا يَجِدْ لَهُ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَلِيًّا وَلَا نَصِيرًا ۝١٢٣

⁹² Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahnya*, h. 150.

Terjemahnya:

“(Pahala dari Allah) itu bukanlah menurut angan-anganmu yang kosong dan tidak (pula) menurut angan-angan Ahli Kitab. Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan, niscaya akan diberi pembalasan dengan kejahatan itu dan ia tidak mendapat pelindung dan tidak (pula) penolong baginya selain dari Allah.”⁹³

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, Pedagang dalam menjalankan bisnisnya, prinsip tanggung jawab yang diwujudkan pedagang yaitu, dapat dipercaya dalam hal menitipkan barang para pengunjung dan mampu dijaga dengan baik, dan mereka dipercaya dalam mengembalikan barang yang ditemukannya. Berdasarkan hasil wawancara, dalam hal tanggung jawab, maka penulis menyimpulkan bahwa pedagang di Wisata Waetueo dalam melaksanakan usahanya telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

Dari kelima prinsip-prinsip di atas harus diterapkan dalam kegiatan perekonomian baik dalam hal produksi, pemasaran/distribusi, maupun dalam hal konsumsi. Etika dalam kegiatan produksi yang dianjurkan dalam islam yaitu memproduksi barang dan jasa yang halal dan baik, sesuai kebutuhan dan bermanfaat. Dalam hal ini, para pedagang di Wisata Waetueo, telah memenuhi etika bisnis Islam dalam hal produksi, mereka berdagang barang-barang yang halal yang didapatkan atau dibeli langsung dari pedagang lainnya, mereka berdagang barang-barang atau jasa sesuai kebutuhan pengunjung yang juga sangat bermanfaat. Di samping itu, dalam mencari dan memperolehnya menggunakan cara yang benar. Hal ini sesuai dengan prinsip kebenaran.

Selain etika dalam hal produksi, para pebisnis atau pedagang juga perlu memperhatikan hal-hal atau etika dalam memasarkan atau menyalurkan barang

⁹³ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahnya*, h. 99.

dagangannya. Pemasaran barang dagangan ini dikategorikan dalam beberapa konteks yaitu konteks produk, harga, distribusi, dan promosi. Dalam konteks produk, barang yang didagangkan halal dan baik. Dalam hal ini, para pedagang di Wisata Waetueo, telah memenuhi etika bisnis Islam dalam konteks produk, para pedagang menjual produk yang baik dan halal karena pada dasarnya barang yang diperdagangkan adalah barang-barang yang dapat bermanfaat terutama bagi pengunjung.

Etika pemasaran dalam konteks harga juga perlu diperhatikan oleh para pedagang atau pebisnis, agar mereka tidak menetapkan harga sesuai dengan keinginan mereka demi mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda. Dalam etika bisnis Islam, kita dianjurkan untuk menetapkan harga sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat dengan keuntungan yang layak, dan hendaknya dalam menetapkan harga harus tetap memperhatikan biaya produksi dari barang yang diperdagangkan sehingga tidak mengalami kerugian. Di samping itu, sebaiknya harga yang ditetapkan tersebut mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen atau masyarakat untuk membeli barang yang diperdagangkan. Dalam hal ini, para pedagang di Wisata Waetueo, tidak memenuhi etika bisnis Islam dalam konteks harga, karena para pedagang menetapkan harga kadang terlalu tinggi dan kadang juga rendah, tergantung dari kondisi.

Selain konteks harga, maka perlu pula diperhatikan etika dalam konteks distribusi dan promosi dalam hal pemasaran. Hal yang perlu diperhatikan dalam pendistribusian dan promosi dagangan yaitu pelayanan yang diberikan kepada pengunjung, informasi mengenai barang yang diperdagangkan, serta memberi kehendak bebas kepada para pengunjung dalam memilih. Dalam konteks ini, para pedagang di Wisata Waetueo, telah memenuhi etika bisnis Islam dalam hal distribusi

dan promosi, para pedagang melayani para pengunjung dengan ramah, sopan, santun, dan sangat baik, serta para pedagang sangat transparan dalam memperdagangkan barang dagangannya.

Maka dapat disimpulkan bahwa dalam memasarkan barangnya para pedagang di Wisata Waetuo, ada yang memenuhi prinsip etika bisnis Islam dan ada juga yang tidak memenuhi etika bisnis Islam.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dan dijelaskan pada BAB IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1 Bentuk Persaingan di Wisata Waetuo.

Ada beberapa bentuk persaingan yang ada di Wisata Waetuo, yaitu persaingan dari segi barang, harga, tempat dan pelayanannya. Persaingan dari segi barang, mereka bersaing untuk menyiapkan barang yang berkualitas, barang yang dibutuhkan, dan memberikan inovasi serta dapat memberikan manfaat terhadap pengunjung. Persaingan dari segi harga, mereka menetapkan harga sesuai kesepakatan, tetapi ada beberapa pedagang yang menetapkan harga dibawah kesepakatan sehingga menimbulkan perbedaan harga. Persaingan dari segi tempat, mereka bersaing untuk membuat tempat istirahat yang nyaman agar pengunjung lebih tertarik untuk datang. Dan persaingan dari segi pelayanan, mereka berlomba-lomba memberikan pelayanan yang baik agar pengunjung puas dan lebih tertarik datang ke tempatnya.

5.1.2 Perilaku Pedagang di Wisata Waetuo Menurut Etika Bisnis Islam.

Perilaku pedagang di Wisata Waetuo ada yang sesuai dengan etika berdagang dan prinsip etika bisnis Islam dan ada juga yang tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan pedagang yaitu prinsip kesatuan/tauhid, kehendak bebas, dan tanggung jawab dan juga prinsip kebenaran dalam hal amanah dan jujur menjelaskan barang.

Sedangkan prinsip etika bisnis Islam yang belum diterapkan oleh beberapa pedagang yaitu prinsip kebenaran (kebahjikan dan kejujuran) yaitu dalam hal menjelekkan pedagang lain dan adanya unsur riba dalam menetapkan harga yang terlalu tinggi, dan juga prinsip keadilan yaitu pedagang tidak adil terhadap pengunjung dalam memberikan harga.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas tentang perilaku pedagang di Wisata Waetuo, penulis memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak yang terkait, untuk menentukan kebijakan yang akan diambil di masa yang akan datang.

- 5.2.1 Bagi para pedagang di Wisata Waetuo diharapkan dalam berdagang, dapat menjalankan bisnisnya sesuai dengan syariat Islam, yaitu tidak bertentangan dengan prinsip etika bisnis Islam, selain itu dalam persaingan, diharapkan antara sesama pedagang dapat bersaing secara sehat dan tetap menjaga silaturahmi.
- 5.2.2 Untuk penulis, semoga skripsi ini yang ditulis oleh penulis, dapat menjadi khazanah keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait tentang ekonomi Islam, agar menjadi manfaat bagi orang banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Karim.
- Ali, Zainuddin. 2011. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 1996. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press.
- Arijanto, Agus. 2011. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, Saifuddin. 2000. *Metedologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 2011. *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Badroen, Faisal. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Damin, Sudarman. *Menjadi Peneliti Kualitatif: Ancangan Metedeologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian Untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-Ilmu Sosial, Pendidikan, Humaniora*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Damsar. 2002. *Sosoiologi Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Devos. 1987. *Pengantar Etika*. Yogyakarta. Tiara Wacana.
- Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus.
- Fakhri, Majid. 1996. *Etika dalam Islam, Penerjemah ZakiyuddinB*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Pusat Studi Islam –UMS.
- Fauroni, Muhammad Lukman. 2002. *Visi al-Qur'an: tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Haider, Syed Nawab. 2003. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Harahap, M. Yahya. 1986. *Segi-segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Alumni.
- Hasan, Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kadir, A. 2010. *Hukum Bisnis Syariah dalam Al Qur'an*. Jakarta: Amzah.
- Kementrian Agama RI, 1993. *Al-Qur'an Terjemahnya Robbani*. Jakarta: PT. Surya Prisma Sinergi.
- Kensil, C.S.T. dan Christine S.T. Kansil. 2008. *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Keraf, Sonny. 1998. *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Khurriyatzahroh, Sri. 2016. *Analisis Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (studi kasus dipasar juwana baru pasca kebakaran)*. skripsi kodus.
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Kusnia, Siti Mina. 2015. *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Skripsi UIN Walisongo.
- Marzuki. 1983. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Hanindita Offset.
- Mubarok, Muhammad Husni. 2009. *Manajemen Strategi*. Kudus: DIPA STAIN Kudus.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. 2004. Yogyakarta: UPP-AMP-YKPN.
- Moefad, M. 2007, *Perilaku Individu dalam Masyarakat Kajian Komunikasi Social*, Jombang: el-DeHA Press Fakultas Dakwah IKAHA.
- Qardhawi, Yusuf. 1995. *Peran, Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Robbani Press.
- . Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Saifullah, Muhammad. 2011. *Etika Bisnis Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*. Jurnal Hukum Islam, Vol 19, No. 1.
- Shihab, M. Quraish. 1997. *Etika Bisnis dalam Wawasan Ai-Qur'an*. Jurnal Kebudayaan dan Peradaban ULUMUL QUR'AN, Vol 3, No. VII.
- Subagyo, Joko. 2006. *Metode Penelitian (Daklam Teori Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sujatmiko, Eko. 2014. *Kamus IPS*. Cet. I. Surakarta: Aksara Sinergi media.

- Sunaryo. 2004. *Psikologi Untuk Keperawatan*. Cet. 1. Jakarta: EGM.
- Swasta, Basu. Ibnu Sujojto W. 2000. *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta.
- Tim penyusun. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Tim Penyusun. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Makalah Dan Skripsi, Edisi Revisi* Parepare: STAIN Parepare.
- Untung, Budi. 2012. *Hukum dan Etika Bisnis*. Yogyakarta: Cv andi offset.
- Warda. 2015. *Analisis Etika Bisnis Islam Tentang Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian di Pasar Lakessi Kota Parepare*. Skripsi STAIN Parepare.
- Yusanto, Ismail. M. Karebat Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Wazin. Relevansi Antara Etika Bisnis Islam Dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi Tentang Perilaku Pedagang Di Pasar Lama Kota Serang, Banten). *Jurnal Penelitian Sosiologi Keagamaan*. Vol. 1, No. 1. Januari-Juni 2014.
- Damir,ichretail, definisi etika bisnis, blog damirichretail, [http:// damir ichretail](http://damirichretail.blogspot.com/2014/03/defines-pengertian-etika-bisnis). Blog spot.com/2014/03/defines-pengertian-etika-bisnis.
- <http://bbs.binus.ac.id/international-marketing/2017/07/teori-yang-biasa-digunakan-untuk-mengukur-perilaku-konsumen-theory-of-reasoned-action/>
- <https://www.uin-malang.ac.id/r/131101/landasan-teori.html>
- <http://forkeis-uinam.blogspot.com/2014/07/etika-dalam-kegiatan-produksi-dan.html?m=1>



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM**

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

Nomor : B- 387 /In.39/Fakshi/05/2019
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PINRANG
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : SUKRIANI
Tempat/Tgl. Lahir : WAETUOE, 11 Juli 1997
NIM : 15.2200.119
Fakultas / Program Studi : Syariah dan Ilmu Hukum Islam / Muamalah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : WAETUOE, KEC. LANRISANG, KAB.PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KAB. PINRANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"Perilaku Pedagang Kecil di Wisata Waetuo; Relasi terhadap Persaingan Dagang (Studi Etika Bisnis Islam)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Mei sampai selesai.

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

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

13 Mei 2019

Dekan,



Muliati



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
SEKRETARIAT DAERAH**

Jl. Bintang No. Telp. (0421) 923058 - 922914
PINRANG 91212

Nomor : 0701/77/Kemasy. Pinrang, 16 Mei 2019
Lampiran : - Kepada
Perihal : Rekomendasi Penelitian. Yth, Kepala Desa Waetuo
di-

Tempat.

Berdasarkan Surat Dekan Fak.Syariah dan Ilmu Hukum Islam (IAIN) Parepare Nomor:B-387/In.39/Fakshi/05/2019 tanggal 13 Mei 2019 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian, untuk maksud tersebut disampaikan kepada Saudara bahwa:

Nama : SUKRIANI
NIM : 15.2200.119
Pekerjaan/Prog.Studi : Mahasiswi/ Muamalah
Alamat : Waetuo Kec. Lanrisang
Telepon : 085298884140

Bermaksud Mengadakan Penelitian di Daerah / Instansi Saudara dalam rangka Penyusunan Skripsi dengan Judul " *PERILAKU PEDAGANG KECIL DI WISATA WAETUOE; RELASI TERHADAP PERSAINGAN DAGANG (STUDI ETIKA BISNIS ISLAM)* " yang pelaksanaannya pada tanggal 17 Mei s/d 30 Juni 2019.

Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami menyetujui atau merekomendasikan kegiatan yang dimaksud dan dalam pelaksanaan kegiatan wajib memenuhi ketentuan yang tertera di belakang rekomendasi penelitian ini:

Demikian rekomendasi ini disampaikan kepada saudara untuk diketahui dan pelaksanaan sebagaimana mestinya.

An. SEKRETARIS DAERAH
Asisten Administrasi umum

Drs. BAU SAWERIGADING
Pangkat : Pembina Utama Muda
Nip : 19601231 198803 1 087

Tembusan

1. Bupati Pinrang Sebagai Laporan di Pinrang;
2. Dandim 1404 Pinrang di Pinrang;
3. Kapolres Pinrang di Pinrang;
4. Kepala Kantor Kementerian Agama Kab.Pinrang di.Pinrang;
5. Kepala Badan Kesbang dan Politik Kab.Pinrang di Pinrang;
6. Dekan Fak. Syariah dan Ilmu Hukum Islam IAIN Parepare di Parepare;
7. Camat Lanrisang di Jampue;
8. Yang bersangkutan untuk diketahui;
9. Arsip.



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
KECAMATAN LANRISANG
DESA WAETUOE**

SURAT KETERANGAN
Nomor : 19 / DW / VII / 2019

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : H. MUHAMMAD ISHAK HUSAIN
Jabatan : Kepala Desa Waetuo
Alamat : Dusun Soroe, Desa Waetuo, Kec. Lanrisang

Dengan ini menerangkan yang sebenarnya bahwa :

Nama : SUKRIANI
Nim : 15.2200.119
Program studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Parepare

Benar nama tersebut diatas telah melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul "Perilaku Pedagang Kecil di Wisata Waetuo Kab. Pinrang: Relasi Terhadap Persaingan Dagang (Study Etika Bisnis Islam)" Yang pelaksanaannya pada Tanggal 17 Mei sampai 30 Juni 2019

Demikian surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kamp. Baru, 16 Juli 2019
Ani Kepala Desa Waetuo
Sekdes

Nasia, S.Sos
NASIA, S.Sos
Nip.19760705 200906 2 0001

Daftar Wawancara

Nama : Sukriani
Nim : 15.2200.119
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Perilaku Pedagang Kecil di Wisata Waetuo Kab. Pinrang; Relasi Terhadap Persaingan Dagang (Studi Etika Bisnis Islam).

PERTANYAAN

1. Bentuk Persaingan di Wisata Waetuo.

Pedagang:

- a. Sudah berapa lama anda berdagang di Wisata Waetuo?
- b. Mengapa anda memilih berdagang di Wisata Waetuo?
- c. Dalam bersaing dari segi barang, Bagaimana cara anda agar pengunjung lebih tertarik untuk membeli barang anda?
- d. Bagaimana cara anda menentukan harga terhadap pembeli?
- e. Apa yang anda lakukan dari segi tempat, untuk menarik minat pengunjung, agar lebih tertarik datang ketempat anda?
- f. Persaingan seperti apa yang biasa terjadi antara sesama pedagang di Wisata Waetuo?

Pengunjung:

- a. Bagaimana cara pedagang dalam melayani pembeli?
- b. Bagaimana menurut anda cara bersaing antara sesama pedagang di Wisata Waetuo?

2. Perilaku Pedagang di Wisata Waetuo.

Pedagang:

- a. Apakah anda mengetahui tentang etika bisnis Islam dalam berdagang?
- b. Apakah pedagang di Wisata Waetuo pernah menjual barang yang tidak dibolehkan?
- c. Bagaimana cara anda mengatasi jika ada barang yang sudah rusak?
- d. Dalam memberikan harga kepada pengunjung, apakah anda memberikan tambahan harga dari harga kesepakatan?
- e. Apakah ada pedagang yang pernah melakukan tindakan monopoli atau menahan barangnya agar dapat dijual sendiri sehingga dapat dijual dengan harga tinggi?
- f. Bagaimana hubungan persaudaraan antara sesama pedagang di Wisata Waetuo?
- g. Apakah ketika masuk waktu shalat, anda tetap berjualan atau shalat terlebih dahulu?

Pengunjung:

- a. Apakah dalam menipiskan barang, para pedagang dapat dipercaya?
- b. Bagaimana menurut anda, pedagang dalam menetapkan harga?

Pemerintah atau pihak terkait:

- a. Apakah sikap berpengaruh terhadap perilaku pedagang?
- b. Apakah pendidikan berpengaruh terhadap perilaku pedagang dan cara berjualan?

- c. Bagaimana pemahaman pedagang di Wisata Waetuoe tentang etika bisnis Islam?
- d. Menurut anda, apakah dalam berperilaku, keyakinan sangat penting?



Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama :
 Jenis kelamin :
 Umur :
 Pendidikan terakhir :
 Alamat :
 Agama :

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **SUKRIANI** yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Perilaku Pedagang Kecil di Wisata Waetuo Kab. Pinrang; Relasi Terhadap Persaingan Dagang (Studi Etika Bisnis Islam)”**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Waetuo, Juni 2019

Yang bersangkutan

Gambar Dokumentasi









RIWAYAT HIDUP



SUKRIANI, Lahir di Palanro Kab. Barru, pada tanggal 11 Juli 1997. Anak ke dua dari empat bersaudara dari pasangan Syukur dan Nurjannah, dan tinggal di Waetuo Kab. Pinrang Sulawesi Selatan. Penulis memulai pendidikan di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 63 Waetuo Lanrisang pada tahun 2003-2009,

dan melanjutkan pendidikan di tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau Madrasah Tsanawiyah (MTs) di Pondok Pesantren DDI Lil- Banat Parepare, tetapi karena jarak yang cukup jauh akhirnya penulis pindah ke Madrasah Tsanawiyah di Pondok Pesantren At-Taqwa Jampue dan lulus pada tahun 2012, dan melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) di kota Pinrang yaitu SMA Negeri 1 Pinrang, dan lulus pada tahun 2015, dan pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di jenjang Strata 1 (Sarjana) di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare, yang telah berganti nama (beralih status) menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, mengambil Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam dan telah menempuh ujian akhir pada tanggal 07-08-2019, dengan judul skripsi “Perilaku Pedagang Kecil di Wisata Waetuo Kab. Pinrang; Relasi Terhadap Persaingan Dagang (Studi Etika Bisnis Islam)”.