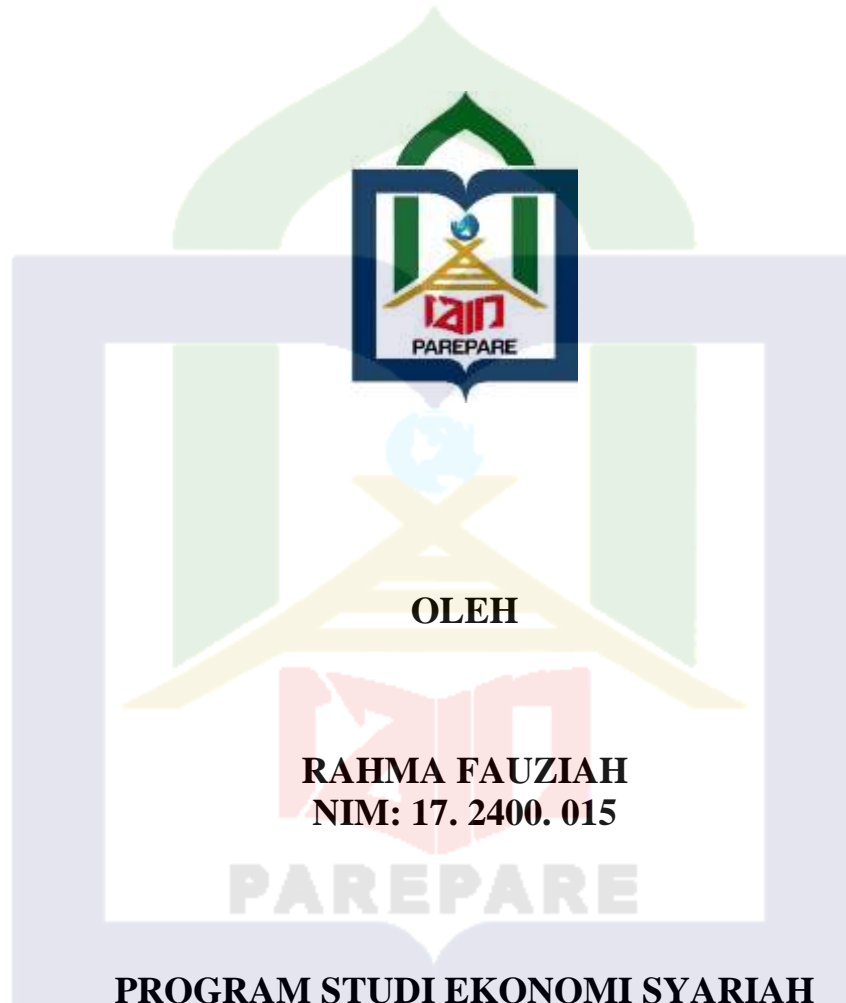


SKRIPSI

**PERSAINGAN PELAKU USAHA GORDEN DI KABUPATEN
BARRU ANALISIS (ETIKA
BISNIS ISLAM)**



OLEH

**RAHMA FAUZIAH
NIM: 17. 2400. 015**

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

2022

**PERSAINGAN PELAKU USAHA GORDEN DI KABUPATEN
BARRU ANALISIS (ETIKA
BISNIS ISLAM)**



OLEH

**RAHMA FAUZIAH
NIM: 17. 2400. 015**

Skripsi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S. E)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah
Institute Agama Islam Negeri Parepare

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

2022

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Persaingan Pelaku Usaha Gorden di Kabupaten
Baru (Analisis Etika Bisnis Islam)

Nama Mahasiswa : Rahma Fauziah

Nomor Induk Mahasiswa : 17. 2400. 015

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B. 1709/In. 39. 8/PP. 00. 9/5/2021

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Drs. Moh. Yasin Saumena, M. Pd
NIP : 19610320 199403 1 004

Pembimbing Pendamping : Rusnaena, M. Ag.
NIP : 19680205 200312 2 001

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Amil
Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
730129 200501 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Persaingan Pelaku Usaha Gorden di Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam)

Nama Mahasiswa : Rahma Fauziah

Nomor Induk Mahasiswa : 17. 2400. 015

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B. 1709/In. 39. 8/PP. 00. 9/5/2021

Tanggal Kelulusah : 25 Februari 2022

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Drs. Moh. Yasin Soumena, M. Pd. (Ketua)

Rusnaena, M. Ag. (Sekretaris)

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag. (Anggota)


Dr. Rukiah, M. H. (Anggota)



Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. 7
730129 200501 1 004

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ
أَجْمَعِينَ آمِينَ

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt. Karena rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persaingan Pekalu Usaha Jahit Gorden d Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam)” ini dengan baik dan tepat waktu sebagai syarat untuk meraih gelar S1. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda tercinta kita, Nabi Muhammad Saw, yang selalu kita nanti-nantikan sya’faatnya di akhirat nanti.

Rasa syukur dan terimah kasih penulis haturkan yang setulus tulusnya kepada kedua orang tua yang saya hormati dan saya cintai ayahanda Rizal dan Ibunda Nur Hayati, saudara saudara saya yang saya cintai, serta seluruh pihak keluarga yang selama ini telah membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini.

Selain itu penulis ingin mengucapkan terima kasih terkhusus kepada Dr. Moh. Yasin Soumena, M. Pd. selaku dosen pembimbing I dan Rusnaena, M. Ag. sebagai dosen pembimbing II yang tidak henti hentinya membimbing saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari banykanya pihak yang telah memberikan dukungan, baik yang berbentuk moral dan material.

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun menucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultan Rustan, M. Si. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola Pendidikan di IAIN Parepare.

2. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana Pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
 3. Bapak dan Ibu dosen Ekonomi Syariah dan para staf yang selama ini telah memberikan berbagai ilmu dan kemudahan dalam dunia akademik maupun non akademik.
 4. Kepala perpustakaan dan jajaran perpustakaan IAIN Parepare yang telah membantu dalam pencapaian referensi skripsi ini.
 5. Rekan teman seperjuangan terkhusus kepada; Karmila, Marda Burhan, Indah safitri, Nur Azizah Bin Ambar, Ita Purnama, Reni Nita Sari, Feri Andi, Muhammad Nur Akram Murham, dan teman-teman yang selama ini telah memberikan segenap bantuan, dukungan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini, penulis juga berharap semoga skripsi ini bernilai ibadah disisi-Nya dapat bermanfaat sebagai referensi bacaan bagi orang lain, khususnya bagi mahasiswa IAIN Parepare.

Aamin ya rabbal' alamin

Parepare, 26 Januari 2022

24 Jumadil Akhir 1443

Penulis



Rahma Fauziah

NIM. 17. 2400. 015

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Rahma Fauziah
Nomor Induk Mahasiswa : 17. 2400. 015
Tempat/Tgl Lahir : Barru/09 Oktober 1999
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Etika dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Persaingan Pelaku Usaha Jahit Gorden Di Kabupaten
Barru Analisis Etika Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar benar hasil karya sendiri dan jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan plagiat atas keseluruhan skripsi, kecuali tulisan sebagai bentuk acuan atau kutipan dengan mengikuti penulisan karya ilmiah yang lazim, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 26 Januari 2022

24 Jumadil Akhir 1443

Penulis



Rahma Fauziah

NIM. 17. 2400. 015

ABSTRAK

Rahma Fauziah, “*Persaingan Pelaku Usaha Jahit Gorden di Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam)*”. (dibimbing oleh Moh. Yasin Soumena dan Rusnaena)

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui persaingan pelaku usaha jahit gorden di kabupaten Barru, Penelitian ini memberikan manfaat secara teoritis dan praktis terkait dengan Persaingan Pelaku Usaha Gorden di Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam).

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif ialah sebuah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa data deksripsi atau lisan orang, dan perilaku yang dapat diamati. Teknik yang digunakan berupa teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamatai beberapa sosial media pelaku usaha jahit gorden.

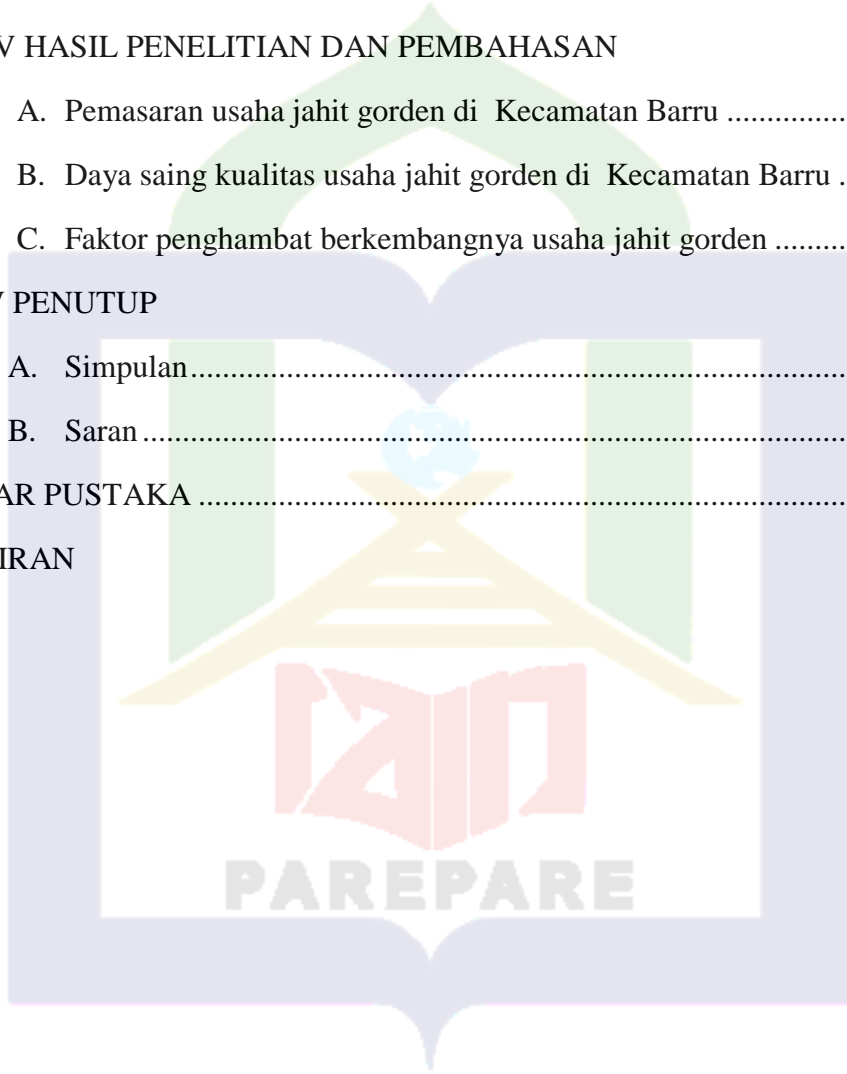
Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *pertama*, Bentuk pemasaran usaha jahit gorden di Barru mengandalkan pemasaran online dengan memproduksi gorden sesuai dengan pesanan pembeli. Dan model pemasaran yang dilakukan hanya sebatas pemasaran jasa jahit gorden. Sedangkan toko penyedia gorden instan dapat dipilih sesuai dengan model pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha jahit gorden. Bentuk pemasaran tersebut dianggap sesuai dengan etika bisnis islam, yakni jujur dan bertanggung jawab. *Kedua*, Daya saing kualitas usaha jahit gorden di Barru menunjukkan adanya persaingan sebatas minat pembeli dari sisi kemudahan kenyamanan. Daya saing hanya pada aspek usaha, modal, pemasaran, potensi lokasi, dan sumber daya manusianya. Daya saing tersebut dapat dibenarkan daam Etika Bisnis Islam, karena ada prinsip tanggung jawab dan kebebasan berkehendak. *Ketiga*, Faktor penghambat berkembangnya usaha jahit gorden,yakni faktor harga gorden dan faktor ketersediaan produk. Faktor tersebut sudah sesuai Etika Bisis Islam yang ada dengan mengedepankan sikap transparansi dan prinsip adil.

Kata Kunci: Usaha Jahit Gorden, Analisis Etika Bisnis Islam

DAFTAR ISI

SAMPUL	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMIS PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Peneliti Terdahulu.....	8
B. Tinjauan Teoritis.....	8
C. Tinjauan Konseptual.....	18
D. Kerangka Pikir.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	25

B. Fokus Penelitian	25
C. Jenis dan Sumber Data	26
D. Teknik Pengumpulan Data	26
E. Teknik Analisa Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pemasaran usaha jahit gorden di Kecamatan Barru	39
B. Daya saing kualitas usaha jahit gorden di Kecamatan Barru	46
C. Faktor penghambat berkembangnya usaha jahit gorden	53
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan.....	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2. 1	Kerangka Pikir	31



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lamp	Lampiran Lampiran	Halamn
1	Daftar Pertanyaan Wawancara	IV
2	Data Mentah	VI
3	Surat Izin Penelitian dari Kampus	VIII
4	Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal Barru	IX
5	Surat Keterangan Selesai Meneliti	X
6	Keterangan Wawan Cara	XI
7	Dokumentasi Surat	XV
8	Biodata Penulis	XXIX

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

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

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

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

2. Vokal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dhomma	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
أَوَّ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : Kaifa

حَوْلَ : Haula

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نا / نِي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِي	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وُو	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مات :māta
رمى : ramā
قيل : qīla
يموت : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta*

marbutah itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

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

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

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

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمٌ : *nu‘ima*

عَدُوٌّ : *‘aduwwun*

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

Contoh:

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

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

6. Kata Sandang

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

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

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

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

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

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ مُّيرْتٌ : *Umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

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

8. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

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

دِينُ اللهِ

Dīnullah

بِالله

billah

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

هُم فِي رَحْمَةِ اللهِ

Hum fī rahmatillāh

9. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat.

Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

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

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

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

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

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

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subḥānahū wa ta‘āla*

saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat
Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:		
ص	=	صفحة
دم	=	بدون
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

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

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

DAFTAR ISI

SAMPUL

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
DAFTAR ISI	iii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Tinjauan Penelitian Relevan	5
B. Tinjauan Teori.....	6
C. Tinjauan Konseptual.....	16
D. Kerangka Pikir	18
III. METODE PENELITIAN.....	19
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	19
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	19
C. Fokus Penelitian.....	20
D. Jenis dan Sumber Data.....	20
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	20
F. Teknik Analisis Data.....	22
DAFTAR PUSTAKA	I

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap manusia mempunyai kebutuhan hidup yang tidak terbatas sehingga dalam memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas ini manusia cenderung melakukan kegiatan kerjasama dengan orang lain yaitu melakukan kegiatan penawaran dan permintaan (*supply and demand*) untuk mengantisipasi globalisasi ekonomi dan menguatkan kekuatan agar dapat bersaing.

Selama ini banyak orang yang memahami bahwa tujuan utama dalam bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Namun dalam etika bisnis Islam setiap pelaku bisnis (wirausaha) dalam berbisnis hendaknya tidak semata-mata bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang besar saja, akan tetapi yang paling penting adalah mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah swt.

Muhammad saw merupakan pelaku bisnis yang menjadi model terbaik dalam praktik perniagaan di zaman Jahiliyah. Keberhasilan Nabi Muhammad dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian dan perilakunya, dimana Nabi Muhammad saw selalu menerapkan nilai-nilai etika dalam berdagang. Etika bisnis Rasulullah dalam praktek bisnisnya antara lain: kejujuran, amanah, tepat menimbang, menjauhi praktek gharar, tidak melakukan penimbunan barang (ikhtikar), tidak melakukan *al-ghabn* dan *tadlis* dan saling menguntungkan.¹

¹Muhammad saifullah, Etika Bisnis Islam dalam Praktik Bisnis Rasulullah, (Jurnal Walisongo, 2011), h. 146

Seiring berkembangnya prekonomian yang diiringi dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka banyak terjadi persaingan diantara para pengusaha. Persaingan usaha yang dimaksud ialah usaha seseorang yang saling bersaing di lingkungan dimana akan saling memperebutkan pelanggan-pelanggan untuk memenangkan suatu persaingan sesama usaha yang dimiliki. Untuk itu suatu usaha harus memperhatikan yang akan terjadi supaya mereka mampu mengikuti persaingan agar tidak terjadi suatu kekalahan dalam persaingan pasar secara umum, persaingan usaha merupakan persetujuan antara pelaku usaha yang secara bebas tetap berusaha mendapatkan pelanggan dengan memberikan tawaran harga yang baik sesuai bagusnya suatu barang atau jasa yang baik pula.²

Dalam islam menyatakan bahwa tidak boleh ada hambatan bagi perdagangan dan bisnis yang jujur dan halal yang sesuai dengan etika bisnis dalam Islam, agar setiap orang memperoleh penghasilan, menafkahi keluarga dan memberikan sedekah kepada mereka yang kurang beruntung. Sebagaimana Islam mengatur etika persaingan industry dan perniagaan yang sesuai dengan Islam. Islam mewajibkan para pengindustri dan pedagang untuk adil, jujur dan amanah demi terciptanya kebahagiaan manusia (*falah*) dan kehidupan yang baik yang sangat menekankan aspek persaudaraan, keadilan, social ekonomi dan pemenuhan kebutuhan spiritual umat manusia.

Persaingan yang makin tajam ini akan mendorong para pengusaha untuk semakin memikirkan bagaimana cara memberikan pelayanan yang baik dan jasa yang berkualitas. Pelanggan akan memiliki sikap yang selektif disaat menentukan jasa atau barang yang berkualitas untuk dibeli. Begitu kerasnya persaingan dalam usaha saat

² Akhmad Mujahidin, Ekonomi Islam (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 27

ini sehingga pelaku usaha akan selalu meningkatkan kualitas produk yang mereka jalankan khususnya pada usaha jahit gorden.

Usaha jahit gorden adalah usaha untuk mengubah tekstil menjadi gorden yang bisa digunakan konsumen. Persiapan yang diperlukan di sini adalah kemampuan menterjemahkan keinginan konsumen untuk membuat gorden yang sesuai selera. Makin bagus melayani kebutuhan konsumen, maka akan makin dipercaya untuk menjahit gorden mereka. Biasanya hal ini akan menjadi sarana promosi yang efektif untuk usaha jahit. Kemampuan menjahit dan memahami mode yang sedang tren menjadi modal utama yang diperlukan untuk menggeluti usaha ini.

Bisnis jasa jahit memiliki peluang besar untuk menarik minat konsumen. Hal itu dikarenakan kadang orang sering menyukai model gorden di suatu toko namun ukurannya tidak pas dengan ukuran jendela dan pintu yang ada di rumahnya, selain itu banyak orang tidak mau jika mengenakan gorden yang tidak sesuai dengan keinginan. Oleh karena itu mereka mencari jasa jahit gorden yang dapat mengerjakan gorden sesuai dengan keinginan mereka.

Hal ini akan membahas mengenai persaingan pelaku usaha jahit gorden. Setiap pelaku usaha jahit memiliki tujuan masing-masing dalam menjalankan usahanya. Oleh karena itu, strategi yang akan dilaksanakannya membuat target pasar yang spesifik dan jelas. Memprioritaskan kualitas produk yang ditawarkan atau mendengarkan keinginan pelanggan dan memberikan solusi. Kemudian menyusun strategi keunggulan, kekhususan, serta keunikan jasa tersebut, sehingga ada perbedaan dengan usaha jahit gorden yang sudah ada. Menjalankan usaha adanya persaingan pasar, baik itu usaha yang mempunyai kesempatan yang baik, atau kurang

baik. Oleh karena itu, saat ini maraknya pertumbuhan usaha telah menciptakan persaingan yang semakin ramai.

Para pelaku usaha jahit gorden yang ada di Kecamatan Barru menggunakan berbagai cara untuk menghadapi persaingan supaya usaha yang dimiliki dapat bersaing dengan yang lain. Sehingga sanggup berdiri ditengah-tengah persaingan yang ramai. Untuk menghadapi persaingan, terlebih dahulu lihatlah potensi pasar yang ada saat ini tidak salah langkah dalam menentukan strategi. Kemudian mengetahui siapa pesaing yang dihadapi dan menentukan bagaimana cara mengahadapinya.

Peluang usaha jasa jahit gorden termasuk salah satu usaha yang tidak membutuhkan modal besar, namun syarat utama dari usaha ini memerlukan skill atau kemampuan menjahit. Untuk awal usaha hanya bermodalkan mesin jahit serta bahan yang dibutuhkan, seseorang yang memiliki keahlian menjahit telah mampu membuka usaha ini. Biasanya usaha ini dilakukan di rumah, jadi biaya yang dikeluarkan juga tidak terlalu banyak, karena tidak perlu menyewa tempat.

Seorang pelaku bisnis jasa jahit harus bisa meningkatkan kualitas hasil jahityang dibuatnya sesuai dengan tren mode gorden yang ada. Karena tiap konsumen biasanya lebih suka membuat gorden dengan model terbaru. Sehingga kepuasan pelanggan yang ada dapat membantu proses promosi usaha jasa jahitan. Selain promosi dari mulut ke mulut, para pengusaha jasa jahitan juga dapat menjalin kerjasama dengan instansi tertentu dengan menawarkan pemesanan baju seragam. Sehingga mampu menambah pemasukan para pengusaha jasa jahit.

Jika dilihat dari fenomena yang ada, banyak dijumpai pelaku bisnis yang bersikap kurang bermoral di tengah persaingannya. Tujuannya adalah untuk

memenangkan persaingan yang bermuara pada perolehan keuntungan yang sebesar-besarnya. Secara internal seorang pelaku bisnis mempersiapkan bahwa bisnis adalah bisnis, karena itu aktivitas bisnis adalah netral. Dalam arti aspek etika tidak ada kompensasi untuk terlibat didalamnya. Dengan demikian, pelaku bisnis bebas meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan cara apapun tanpa peduli kepentingan pihak lain.³

Seperti sekarang ini parapelaku usaha jahit gorden Kecamatan Barru kesulitan dalam bersaing dengan pengusaha toko gorden instan yang semakin banyak didukung dengan sifat kurang sabar dari para konsumen yang lebih memilih membeli gorden dari pada mendatangi para penjahit gorden untuk memesan gorden yang diinginkan. Sering kali dalam persaingan pelaku usaha ini terjadi tindak kecurangan dimana salah satu pihak menjatuhkan produk dari pesaing bisnisnya dengan menjatuhkan produk dari pesaing bisnisnya sehingga terjadi persaingan yang tidak sehat antara pelaku usaha jahit di Kecamatan Barru. Kurangnya pemahaman pelanggan mengenai kualitas kain serta model dari gorden sehingga memudahkan para penjual gorden di Kabupaten Barru untuk memainkan harga pasar, kebanyakan para pelanggan membeli gorden dikarenakan modelnya yang menarik serta cantik sehingga banyak toko gorden yang menjual barangnya dengan harga yang lumayan tinggi dan kualitas yang tidak semestinya.

Dalam etika, pembentukan karakter mencakup nilai-nilai moral, perilaku, dan menekankan pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh seorang pengusaha dan sudut pandang yang dibolehkan oleh seseorang pengusaha dari sudut pandang yang

³ Muhammad Djafar, *Anatomi perilaku Bisnis: Dialektika Etika dengan Realitas*, (Malas: UIN Malang Press, 2009) h. 133

dibolehkan maupun yang dilarang. Termasuk norma-norma yang mengatur hubungan seorang pengusaha dengan tim kerjanya orang-orang yang berbisnis dengannya, dan juga para pegawainya. Dalam hal ini, ada perjanjian yang harus ditentukan oleh seorang pengusaha. Meningkatkan kecakapan penampilan, memasarkan kualitas barang dagangan, mencatat urusan-urusan, persetujuan-persetujuan dan kontrak-kontrak, serta menunaikan kewajiban dengan baik seperti pekerjaan yang dilakukan rekan-rekannya. Dalam lingkungan kerja ini, ada pula beberapa perbuatan yang harus dihindari, seperti menghindari adanya dindakan menjatuhkan produk dari dalam satu pesainnya yang dapat memicu munculnya pertengkaran

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka terdapat tiga sub masalah, dan setiap submasalah dianalisis dengan etika bisnis Islam. Sub-sub masalah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemasaran usaha jahit gorden di Barru?
2. Bagaimana daya saing kualitas usaha jahit gorden di Barru?
3. Apa faktor penghambat berkembangnya usaha jahit gorden?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam kegiatan penelitian ini antara lain, yaitu:

1. Untuk mengetahui pemasaran pelaku usaha jahit gorden di Barru.
2. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan pelaku usaha jahit gorden di Barru.
3. Untuk mengetahui faktor penghambat usaha jahit gorden

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teori

Searah dengan tujuan penelitian diatas, maka diharapkan hasil dari peneitian tersebut dapat memberikan kegunaan teoritis atau akademis berupa tambahan sumber informasi dan sumber referensi bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN parepare.

2. Kegunaan Praktis

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kegunaan praktis atau empiris berupa:

a. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi IAIN Parepare khususnya fakultas ekonomi syariah untuk memberikan referensi atau informasi yang berhubungan dengan Persaingan Pelaku Usaha Jahit Gorden di Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam)

b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan menambah wawasan mengenai Persaingan Pelaku Usaha Jahit Gorden di Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam)

c. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan bacaan serta pengetahuan masyarakat seputar Etika Bisnis sehingga masyarakat mengetahui Persaingan Pelaku Usaha Jahit Gorden di Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam)

d. Bagi Peneliti

Memberikan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti mengenai Persaingan Pelaku Usaha Jahit Gorden di Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam)



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini peneliti mengutip beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu sebagai pedoman dalam penelitian ini:

Pertama penelitian yang dilakukan oleh Hamidah meneliti tentang “Etika Bisnis Islam Penjahit Pakaian di Pasar Kameloh Jalan KS Tubun Kota Palangkaraya”.⁴ Hasil penelitian ini adalah: Pertama, praktik bisnis yang dilakukan penjahit di pasar kameloh sama seperti pada umumnya, seperti menerapkan sikap ramah saat melayani pelanggan, bersikap adil, jujur dan bertanggung jawab. Namun masih ada saja penjahit yang mengabaikan etika misalnya seperti dalam hal penjahit yang tidak mengembalikan sisa kain jahitan, transaksi yang mengandung unsur berlebihan terhadap kualitas kain dan harga, penjahit yang kurang ramah terhadap pelanggan, transaksi yang tidak adil dalam memperlakukan pelanggan antara yang sudah membayar dengan yang belum akibatnya banyak pesanan yang terlambat waktu penyelesaiannya sehingga penjahit tersebut dicap sebagai penjahit yang ingkar janji. Kedua, Praktik bisnis penjahit pakaian yang ada di Pasar Kameloh Jalan KS Tubun Kota Palangka Raya dalam perspektif ekonomi Islam telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yang meliputi, prinsip tauhid yaitu kegiatan bisnis tidak mengganggu ibadah kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala, mewujudkan prinsip keadilan, tidak membeda-bedakan pelanggan, transparansi dan kejujuran dalam menyampaikan kualitas jahitan, prinsip tolong-menolong, serta bersikap ramah dan

⁴ Rosmaya, *Persaingan Usaha Pabbagang di Deaa Pallameang Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam*, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2020)

sopan dalam melayani. Namun sebagian perilaku penjahit masih ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis dalam Islam yaitu kegiatan bisnis membuat penjahit melalaikan ibadah, tidak ramah, berlaku tidak adil dan tidak jujur serta tidak bertanggungjawab atau tidak menepati janji.⁵

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan yang sekarang terletak pada fokus penelitiannya dimana pada penelitian terdahulunya berfokus kepada usahajahit pakaian, sedangkan pada penelitian yang sekarang berfokus kepada pelaku usahanya dimana disini pelaku yang dimaksud adalah orang menjalankan usaha jahit tersebut. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu bagaimana persaingan usaha dilihat dari perspektif islam.

Kedua penelitian yang dilakukan oleh Titik Pramitasaridengan judul “*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection)*”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa home industri tenun tikar Nies Collection telah menerapkan empat prinsip etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, kebebasan, dan tanggung jawab. Untuk tauhid, Nies Collection memperlakukan karyawannya dengan adil karena beliau yakin setiap tindakan yang dilakukan diawasi oleh Allah Swt. Kemudian untuk keseimbangan, Nies Collection menentukan harganya sesuai dengan production cost (biaya produksi) sehingga menghasilkan harga yang sesuai dengan mekanisme pasar. Untuk kebebasan, pemilik bebas berkarya dan bekerja dengan kemampuan yang dimilikinya tanpa merugikan pengusaha lain. Untuk tanggung jawab, pemilik memberi upah karyawannya sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan.

⁵ Hamidah “*Etika Bisnis Islam Penjahit Pakaian di Pasar Kameloh Jalan KS Tubun Kota Palangkaraya*” (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam 2019)

Secara keseluruhan, penerapan tersebut sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.⁶

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan yang sekarang terletak pada fokus penelitiannya dimana pada penelitian terdahulu berfokus Implementasi Etika Bisnis Islam dalam menghadapi Persaingan Bisnis (Studi pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection, sedangkan penelitian yang sekarang berfokus pada persaingan pelaku usaha jahit gorden Kabupaten Barru.

Ketiga penelitian yang dilakukan oleh Zubaidah Arrahim Akbar tentang “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi kasus Toko Busana Muslim Rumah Jahit Akhwat di Kantor Cabang Perintis Kemerdekaan Kota Makassar)*”.⁷ Hasil penelitian penerapan etika bisnis syariah dalam komunikasi pemasaran di Toko Busana muslim Rumah Jahit Akhwat yaitu menerapkan sikap jujur seperti tidak melakukan sumpah palsu pada promosi. Memberikan produk dengan kualitas yang terbaik dan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh konsumen. Sehingga perlu adanya aspek fathanah dalam komunikasi pemasaran agar Rumah Jahit Akhwat bisa lebih efisien dan efektif.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan yang sekarang terletak pada fokus penelitiannya dimana pada penelitian terdahulu berfokus Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran, sedangkan penelitian yang sekarang berfokus pada persaingan para pelaku usaha jahit gorden di Kabupaten Barru. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan di lakukan oleh peneliti yaitu persaingan pelaku usaha.

⁶ Titik Pramitasari “*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection)*” (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019)

⁷ Zubaidah Arrahman Akbar “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran (Studi kasus Toko Busana Muslim Rumah Jahit Akhwat di Kantor Cabang Perintis Kemerdekaan Kota Makassar 2020)*”

Karya ilmiah dan hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, terdapat relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, namun berbagai tulisan tersebut memiliki ciri khas dan fokus masing-masing yang berbeda dengan penelitian ini.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Persaingan

a. Pengertian persaingan

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk potongan harga, iklan atau promosi, variasi, dan kualitas, kemasan, desain dan segmentasi pasar.⁸ Persaingan juga merupakan saat kegiatan bertandingguna mencapai suatu tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, dan tingkat survey.⁹ Dalam kamus manajemen persaingan usaha atau bisnis terdiri dari :

- 1) Persaingan sehat (*healthy competition*) yaitu persaingan antara perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis.

⁸B. N Maribun. *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. 2003), h. 276.

⁹MudrajadKuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005) h. 86

2) Persaingan gorok leher (*cut throat competition*) persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau tidak adil di mana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah ke praktik menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan bisnis sehingga salah satu tersingkir dari pasar salah satunya dengan menjual barang di bawah harga pasar.¹⁰

b. Persaingan dalam Islam

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindari munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis adalah:

- 1) Pihak-pihak yang bersaing manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Harta yang diperolehnya adalah rizki yang diberikan Allah Swt. Tugas manusia adalah berusaha sebaik-baiknya salah satunya dengan jalan bisnis. Tidak ada anggapan rizki yang diberikan Allah akan diambil oleh pesaing. Karena Allah telah mengatur hak masing-masing sesuai usahanya. Ini sesuai firman Allah QS. Al-Baqarah/2:148

Terjemahnya :

Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Dimana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.¹¹

¹⁰Muhammad Saman. *Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Islam)*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010). h. 13-14

¹¹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2019)

Keyakinan ini dijadikan landasan sikap tawakal setelah manusia berusaha sekuat tenaga. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu melalui mutu produk, harga yang bersaing dan pelayanan total.

- 2) Segi cara bersaing berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pesaing. Rosulullah saw memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, rosul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Dalam berbisnis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara.
- 3) Objek yang dipersaingkan 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 barang yrag dianggap sakti untuk menarik pengunjung.

d) Pelayanan

Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.

e) Layanan purna jualIni merupakan servis yang akan melanggengkan. Akan tetapi ini diberikan dengan cuma-cuma atau sesuai akad. ¹²

2. Teori Pelaku Usaha

a. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hokum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hokum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. ¹³

Dengan berlakunya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, maka setiap pelaku usaha baik principal, agen, distributor, dealer, dan pengecer yang menjual barang dan jasa secara langsung ataupun melalui pedagang perantara kepada konsumen bertanggung jawab terhadap kualitas barang dan jasa tersebut dan kerugian yang

¹² Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press,2002). h. 92-97

¹³Az Nasution. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Diadit Media, 2001), h. 17

diderita konsumen, selama barang tersebut tidak mengalami perubahan pasal 24 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan:¹⁴

- 1) Pelaku usaha lain menjual barang dan jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan atau gugatan konsumen apabila:
 - a) Pelaku usaha lain menjual barang kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang jasa tersebut.
 - b) Pelaku usaha lain, didalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.
 - 2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan jasa tersebut.
- b. Kewajiban Pelaku Usaha

Berdasarkan Pasal 7 Undang Undang Nomor 9 Tahun 1999 juga menjelaskan kewajiban pelaku usaha, antara lain:¹⁵

1. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta membari penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;

¹⁴Suharnoko, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 52

¹⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7

3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 4. Menjamin mutu barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang atau jasa yang berlaku;
 5. Member kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang atau jasa tertentu serta member jaminan atau garansi atas barang yang dibuat atau diperdagangkan;
 6. Member kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.
- c. Hak pelaku usaha

Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Pelanggan, telah mengatur mengenai hak-hak pelaku usaha, yaitu:

1. Hak atas menerima suatu pembayaran disesuaikan dengan kesempatan tentang masalah nilai tukarbarang atau jasa yang akan di perdagangkan.
2. Untuk memperoleh perlindungan hukum dari tindakan konsumennya yang beritikad tidak baik.
3. Untuk melakukan pembelian diri secepatnya dengan menyelesaikan hukum sengketa konsumen.
4. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dalam peraktek yang biasa terjadi, kualitas barang yang serupa maka para pihak mensepakati harga yang lebih murah. Kemudian yang akan dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang sewajarnya.¹⁶

¹⁶ Ahmdi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jawa Barat: RajaGrafindo Persada, 2004).
h. 50

d. Pelaku usaha dalam Islam

Dalam etika bisnis Islam, tentunya setiap pelaku usaha harus memegang prinsip-prinsip-prinsip bisnis Islami. Menurut Imam Ghazali yang dikutip dalam Sofyan, ada beberapa prinsip bisnis Islami:

1. Jika seseorang memerlukan sesuatu, kita harus memberikan dengan yang minimal perlu tanpa keuntungan.
 2. Jika seseorang membeli barang dari orang miskin, harga sewajarnya dilebihkan.
 3. Jika ada orang yang berhutang dan tidak mampu membayar, maka diperpanjang, tidak memberatkan dan sebaiknya dibebaskan.
 4. Bagi mereka yang sudah membeli, tidak puas dan ingin mengembalikannya, maka harus diterima kembali.
 5. Pengutang dianjurkan untuk membayar hutangnya lebih cepat. Jika penjualan dilakukan dengan kredit, maka sebaiknya jangan memaksa pembayaran jika pembeli belum mampu.
- #### 4. Teori Etika Bisnis Islam
- ##### a. Etika bisnis Islam

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

¹⁷Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta:Kencana, 2006, h. 5.

Menurut Issa Rafiq Beekun, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena memiliki peran menentukan apa yang seharusnya dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang manusia. Dalam, istilah yang paling berdekatan dan berhubungan dengan istilah etika di dalam al-Qur'an adalah *Khuluq*. Etika merupakan cabang filsafat yang mempelajari hal yang berkaitan dengan baik buruknya perilaku dari seorang manusia. Kaitannya dengan studi etis di bidang ekonomi dan bisnis maka telah mashur dengan pembahasan dengan etika bisnis. Etika bisnis kemudian dapat di definisikan sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berlandaskan kepada prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana perilaku bisnis harus memiliki suatu komitmen dalam aktivitas transaksi, perilaku, dan berelasi agar bisnis sesuai dengan koridor yang baik.¹⁸

Menurut Ahmad Amin, etika atau akhlak adalah ilmu yang menjelaskan arti yang baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.

Berdasarkan beberapa pengertian etika di atas maka penulis menyimpulkan bahwa etika ialah suatu norma moral yang menjadi pegangan manusia untuk menerangkan baik dan buruknya suatu tindakan atau perilaku.

Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi yang melibatkan aktivitas produksi, penjualan, pembelian, maupun pertukaran barang/jasa, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Kata

¹⁸Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2007),h.3

“bisnis” berasal dari bahasa Inggris, yaitu “business” yang artinya kesibukan. Dalam konteks sederhana, yang dimaksud dengan kesibukan adalah melakukan suatu aktivitas atau pekerjaan yang dapat memberikan keuntungan pada seseorang.¹⁹

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.²⁰

Etika bisnis Islam juga bisa didefinisikan tentang baik, dan buruk dan salah yang berdasar pada prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku usaha bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.²¹

Menurut ar-Raghib al-Asfahani dalam al-mufradat fi gharib alQur’an, at-Tijarah bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Menurut Ibnu Farabi, yang dikutip ar-Raghib, fulanun tajirun bi kadza, berarti seseorang yang mahir dan cakap yang mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahanya. Dari penjelasan tersebut, terlihat bahwa term bisnis dalam Al-Qur’an dari tijarah pada hakikatnya tidak semata-mata bersifat material dan hanya bertujuan mencari keuntungan material semata, tetapi bersifat material sekaligus immaterial, bahkan lebih meliputi dan mengutamakan hal yang bersifat immaterial dan kualitas. Aktivitas bisnis tidak hanya dilakukan semata manusia tetapi juga dilakukan antara manusia

¹⁹Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004, h 38 & 39.

²⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 35

²¹ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), h. 3

dengan Allah SWT. bahwa bisnis harus dilakukan dengan ketelitian dan kecermatan dalam proses administrasi dan perjanjian-perjanjian dan bisnis tidak boleh dilakukan dengan cara penipuan, dan kebohongan hanya demi memperoleh keuntungan.

Etika bisnis sebagai 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 para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.²²

Etika bisnis Islam tidak lepas dari pengaruh ajaran Islam, pemikiran tokoh-tokoh dan ulama serta keadaan masyarakat yang mendorong untuk membuat aturan-aturan moral. Etika bisnis Islam hadir sebagai wujud antisipasi terhadap banyaknya penyimpangan dan kecurangan dalam dunia bisnis misalnya penipuan, penggelapan dan pemerasan yang kemudian menjadi latar belakang munculnya etika bisnis. Etika bisnis dianggap memiliki seperangkat alat yang mampu untuk mengubah hal-hal yang negatif menjadi positif dalam dunia bisnis.

b. Karakteristik Etika Bisnis

Berikut etika bisnis syariah yang wajib diperhatikan dan diterapkan dalam menjalankan seluruh kegiatan bisnis, yaitu:

1) Tauhid

Manusia diwajibkan melaksanakan tugasnya terhadap Allah baik dalam bidang ibadah maupun muamalah. Etika bisnis Islam didasarkan pada nilai-nilai luhur yang ditemukan dalam sumber-sumber ajaran Islam seperti Al-Qur'an Hadits Nabi, Ijma', dan qiyas. Dari sumber-sumber inilah kita dapat memperoleh nilai-nilai moralitas

²²Dawam, Raharjo. M, Etika Bisnis Menghadapi Globalisasi. Jakarta : LP3ES,1995. h. 12-13

yang menyeru pada kebaikan dan kebenaran sehingga mencegah dari hal-hal seperti kecurangan dan lain sebagainya. Semua bisnis pada dasarnya bertujuan untuk memberikan manfaat atau solusi terhadap suatu masalah tertentu. Yang perlu diperhatikan agar solusi yang diterapkan memiliki nilai yang berkah, maka semua kegiatan bisnis harus didasari oleh tauhid. Tauhid secara umum dapat dikatakan suatu bentuk sikap atau tindakan yang berpedoman dan sesuai dengan tuntunan agama Islam, sehingga dengan menerapkan tauhid dalam bisnis bertujuan untuk menciptakan kegiatan yang tidak hanya berdasarkan mencari keuntungan semata namun yang lebih penting adalah untuk bertindak sesuai dengan aturan atau norma agama. Indikator dari tauhid atau keesaan misalnya adalah kegiatan bisnis tidak mengganggu ibadah kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, tidak diskriminatif dan lain-lain.

2) Prinsip Berkeadilan

Adil pada hakikatnya adalah bahwa kita memberikan kepada siapa saja apa yang menjadi haknya. Dan, karena pada hakikatnya semua orang sama nilainya sebagai manusia, maka tuntutan paling dasar keadilan adalah perlakuan sama terhadap semua orang, tentu dalam situasi yang sama. Semua tindakan yang berpedoman pada prinsip berkeadilan akan menghasilkan sebuah tindakan yang bermanfaat bagi semua pihak, baik itu untuk pelaku bisnis dan masyarakat selaku objek bisnis. Prinsip berkeadilan akan mengubah semua tindakan dalam bisnis yaitu tidak akan ditemukan lagi berbagai bentuk kecurangan yang terjadi, karena setiap pelaku bisnis sadar akan keutamaan berperilaku adil. Jika tidak ada pihak yang dirugikan maka akan terwujud kepuasan dari masing-masing pihak, bisnis akan semakin berkembang karena mendapat kepercayaan dari masyarakat dan

masyarakat akan lebih loyal terhadap setiap solusi yang dihasilkan dari bisnis tersebut. Indikator prinsip berkeadilan misalnya seperti berlaku adil terhadap pelanggan, tidak curang, tidak dzalim, melakukan takaran, ukuran dan timbangan secara benar dan tidak mengurangnya.

3) Kebebasan Berkehendak

Pada dasarnya dalam menjalankan sebuah bisnis masing-masing pelaku bisnis diberikan kebebasan dalam berkehendak menurut tujuan yang ingin dicapainya dengan cara apapun. Sedangkan dalam bisnis syariah yang dimaksud dengan kebebasan berkehendak bukanlah bebas tanpa batas, namun kebebasan yang sesuai dengan aturan agama yaitu bebas menentukan jenis bisnisnya, cara menjalankannya selama tidak terdapat unsur haram didalamnya, dan bebas berbuat apapun selama tidak berdampak merugikan kepentingan orang lain maupun kepentingan bersama dalam kelompok bisnis. Sikap saling menghargai tetap dijunjung tinggi dalam menanggapi setiap kebebasan dari masing-masing individu, sehingga dengan kondisi yang seperti ini akan tercipta sebuah bentuk sosial yang lebih mengedepankan aturan demi menjaga kepentingan bersama. Indikator dari prinsip ini misalnya ialah tidak menjelek-jelekkan bisnis orang. lain agar orang membeli kepadanya, tidak melakukan ihtikar, tidak semena-mena dan lain sebagainya.

4) Tanggung Jawab.

Bisnis syariah sangat memperhatikan dan mengatur kebebasan dalam menjalankan kegiatan bisnis dan menentukan tujuan bisnis. Aturan tersebut bertujuan agar wujud dari sebuah bisnis menjadi terarah, memiliki manfaat yang baik, dan saling memberikan keuntungan baik antar pelaku bisnis dan masyarakat. Dengan aturan yang jelas tentu akan mempermudah dalam mengendalikan tanggung jawab

dari masing-masing pihak pelaku bisnis. Lebih lanjut dalam kegiatan bisnis, para pelaku akan lebih fokus dalam meningkatkan produktivitas dan pelayanan kepada masyarakat dengan penuh tanggung jawab terhadap semua kebijakan yang telah ditentukan dalam kegiatan bisnis. Seluruh dari proses kegiatan tersebut memiliki sebuah tujuan, yaitu agar pelaku dapat menjamin kelayakan dan kesesuaian terhadap solusi yang diberikan dan timbal baliknya adalah masyarakat menaruh kepercayaan penuh kepada pelaku bisnis. Contoh penerapan prinsip tanggung jawab ialah bersikap profesional dalam melakukan usahanya, amanah dan selalu menepati janji kepada pelanggan dan sebagainya.

5) Didasari Niat yang Baik.

Pada dasarnya adanya niat berkaitan dengan terbentuknya sebuah tindakan, dan tindakan akan menentukan hasil yang terjadi apakah itu baik atau buruk, yang mana hasil tersebut sesuai dengan niat awalnya. Dalam bisnis syariah pun juga memperhatikan pentingnya dalam upaya memiliki sebuah niat yang baik dalam berbisnis, karena nantinya akan berdampak pada halal atau haram hasil bisnis tersebut. Menurut Islam, panduan tentang bagaimana perilaku seseorang itu benar diukur dan dinilai dengan ketentuan AlQur'an dan standar perilaku seorang muslim yang benar adalah selaras dengan perilaku Rasulullah. Oleh karena itu, salah satu karakter pedagang yang terpenting adalah kejujuran. Jika segala perbuatan diawali dengan kebenaran dalam berniat, tidak ada kebohongan dan keserakahan dalam perilaku dan sikap, menjalin akad yang terbuka, jelas maksudnya dan dapat diterima oleh semua pihak baik dalam menetapkan keuntungan maupun pembagian modal, maka akan menciptakan keadilan, keharmonisan dan keberkahan dalam berbisnis. Contoh indikator dari prinsip ini ialah bersikap jujur, tidak melakukan sumpah palsu

dan lain-lain.

Rasulullah Muhammad Saw. Pernah mengatakan bahwa sebagian besar rezeki manusia diperoleh dari aktivitas perdagangan. Hal ini disabdakan beliau dalam hadis yang diriwayatkan oleh Ibrahim Al-Harabi, “tis’ah alasyari ar-rizqi minat tijjarah” artinya berdaganglah kamu, sebab lebih dari sepuluh bagian penghidupan, sembilan diantaranya dihasilkan oleh berdagang.

Dalam ilmu ekonomi, perdagangan secara konvensional diartikan sebagai proses saling tukar-menukar yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Mereka yang terlibat dalam aktivitas perdagangan dapat menentukan keuntungan maupun kerugian dari kegiatan tukarmenukarmenurut Islam secara bebas itu. Sebaliknya, prinsip dasar perdagangan menurut Islam adalah adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi tukar-menukar, tetapi kegiatan tersebut tetap disertai dengan harapan diperolehnya keridhaan Allah Swt dan melarang terjadinya pemaksaan.

c. Etika Bisnis Rasulullah Muhammad saw

Beberapa etika bisnis yang dilakukan oleh Nabi Muhammad saw adalah sebagai berikut:

- 1) Kejujuran. Rasulullah saw selalu menggunakan kejujuran sebagai etika dasar dalam melakukan transaksi bisnis yang dilakukannya. Gelar *al-Amin* (dapat dipercaya) yang diberikan oleh Masyarakat Makkah berdasarkan perilaku Nabi Muhammad saw pada kehidupan sehari-hari menjadi perilaku bisnis. Rasulullah saw selalu berbuat jujur dalam segala hal, termasuk menjual barang dagangannya.²³

²³ Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islam dalam Praktik Bisnis Rasulullah*, (Jurnal Walisongo, Volume 119, Nomor 1,2011),h. 146

- 2) Amanah dalam berbisnis, Rasulullah saw menerapkan sikap amanah dalam setiap aktivitas bisnisnya. Rasulullah saw memperoleh kepercayaan penuh membawa barang dagang milik Siti Khadijah untuk dijual ke Syam. Setelah sampai ke kota tujuan, Rasulullah saw dan Maisarah membongkar dan menggelar barang dagangan yang dibawa untuk ditawarkan kepada pengunjung. Setelah habis dibeli Rasulullah saw juga mendapat keuntungan. Hasil keuntungan tersebut kemudian dilaporkan dan diserahkan kepada Maisarah tanpa kurang sedikitpun.²⁴
- 3) Adil dalam timbangan. Dalam hal ini etika bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah saw adalah dalam aktivitas jual beli atau bisnis Rasulullah saw selalu berlaku adil terhadap timbangan. Barang yang kering bisa ditukar dengan barang yang kering. Penukaran barang yang kering tidak boleh dengan barang yang basah. Rasulullah saw juga tidak pernah melakukan kecurangan dengan berusaha mengurangi suatu timbangan. Apa yang dilakukan Muhammad di pasar Ukaz, Majinna, dan pasar-pasar lainnya adalah menjual beberapa barang, seperti kurma, anggur, gandum, dan sejenisnya. Rasulullah saw menimbang berat tersebut sesuai dengan ukurannya. Beliau tidak mengurangi sedikitpun, sehingga kejujuran dan ketepatannya dalam menimbang sudah tersebar dimana-mana. Jika seseorang membeli barang dari Rasulullah saw, mereka tidak ragu atas timbangannya.²⁵
- 4) Menjauhi *gharar*. Di dalam praktik bisnisnya Rasulullah saw selalu menjauhi *gharar* karena dapat menimbulkan konflik dan membuka ruang perselisihan antara penjual dan pembeli. Cakupan *gharar* ini sangat luas. Pertama, ketidak mampuan

²⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis* (Malang: UIN Malang Press), h. 147

²⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis* (Malang: UIN Malang Press), h. 148

penjual untuk menyerahkan objek akad pada waktu terjadi akad, baik objek akad itu sudah ada atau belum ketika akad berlangsung, seperti menjual janin yang masih ada dalam perut binatang ternak. Kedua, menjual barang yang tidak berada di bawah kekuasaannya, seperti menjual barang kepada orang lain sementara barang yang akan dijual belum diterima dan masih berada di penjual sebelumnya. Hal ini tidak dibenarkan karena boleh jadi barang itu mengalami perubahan atau rusak. Ketiga, tidak adanya kepastian tentang jenis pembayaran atau jenis benda yang dijual. Barang dagangan dan pembayarannya kabur tidak jelas. Keempat, tidak adanya kepastian tentang sifat tertentu dari benda yang dijual, seperti penjual berkata, “ Saya jual kepada Anda baju yang ada di rumah saya. ” Penjual tidak tegas menjelaskan baju yang mana, warna dan ukurannya, dan ciri-ciri lainnya. Ke-lima, tidak tegas jumlah harganya. Ke-enam, tidak tugas waktu penyerahan barangnya. Ke-tujuh, tidak adanya ketegasan bentuk transaksi. Ke-delapan, tidak adanya kepastian objek, seperti adanya dua objek yang dijual dengan kualitas yang akan dijual. Ke-sembilan, kondisi objek akad tidak dapat dijamin kesesuaiannya dengan yang ditentukan dalam transaksi.²⁶

- 5) Tidak melakukan penimbunan barang dagang. Penimbunan tidak diperoleh karena akan menimbulkan kumudharatan bagi masyarakat. Tujuan penimbunan adalah dengan sengaja sampai dengan batas waktu menunggu tingginya harga barang-barang yang ditimbun. Rasulullah saw dalam praktik bisnisnya sangat menjauhi tindakan penimbunan.

²⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis* (Malang: UIN Malang Press) h. 149

- 6) Tidak melakukan *al-ghab* dan *tadlis*, yaitu menjual barang lebih tinggi dan membeli barang lebih rendah dari harga rata-rata pasar. Hal ini termasuk mengandung unsur penipuan. Sedangkan *tadlis* yaitu penipuan yang dilakukan oleh penjual ataupun pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan barang ketika terjadinya transaksi. Rahasia sukses bisnis Rasulullah saw dalam praktik bisnisnya dilakukan dengan menerapkan harga yang sedang tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Etika Rasulullah saw dalam menyampaikan informasi seputar barang dagangan dilakukan secara rinci dan detail sehingga tidak ada suatu hal yang disembunyikan terkait dengan kondisi barang yang sedang dalam transaksi. Karena jujur merupakan kunci kesuksesan bisnis.²⁷
- 7) Saling menguntungkan. Dalam hal ini berkaitan dengan prinsip *maslahah* yaitu antara penjual dan pembeli harus sama-sama diuntungkan sehingga tidak merugikan salah satu pihak.²⁸ Dari ketujuh etika dalam berbisnis yang sudah dicontohkan oleh Rasulullah saw seharusnya menjadi bahan referensi bagi para pebisnis dan memiliki perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Ridho Allah Swt adalah tujuan yang paling utama selanjutnya suatu perusahaan harus dapat memberikan *maslahah* dan manfaat bagi konsumennya.

C. Tinjauan Konseptual

a. Persaingan

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia persaingan adalah usaha memperlihatkan keunggulan masing-masing yang dilakukan oleh perseorangan

²⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis* (Malang: UIN Malang Press). h. 150

²⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis* (Malang: UIN Malang Press) h. 150

(perusahaan, negara) pada bidang perdagangan, produksi, persenjataan, dan sebagainya.²⁹ Persaingan juga merupakan kenyataan hidup dalam dunia bisnis, sifat, bentuk, dan intensitas persaingan yang terjadi dan cara yang ditempuh oleh para pengambil keputusan stratejik untuk menghadapi para tingkat yang dominan mempengaruhi tingkat keuntungan suatu perusahaan.³⁰

b. Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.³¹

c. Etika Bisnis Islam

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).³² Menurut Kamus Besar (KBBI) Bisnism adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan; bidang usaha; usaha dagang; bekerja; bekerja di bidang-kepariwisataan.³³

Etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dapat dibatasijumlahkepemilikan harta (barang/jasa) termasuk

²⁹<https://kbbi.web.id/saing> (diakses pada 22 Desember 2021)

³⁰ Sondang P Siagian, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), h. 83-84

³¹ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Diadit Media, 2001), h. 17

³² <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Analisis> (Diakses pada 20 Juni 2021)

³³ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Analisis> (Diakses pada 20 Juni 2021)

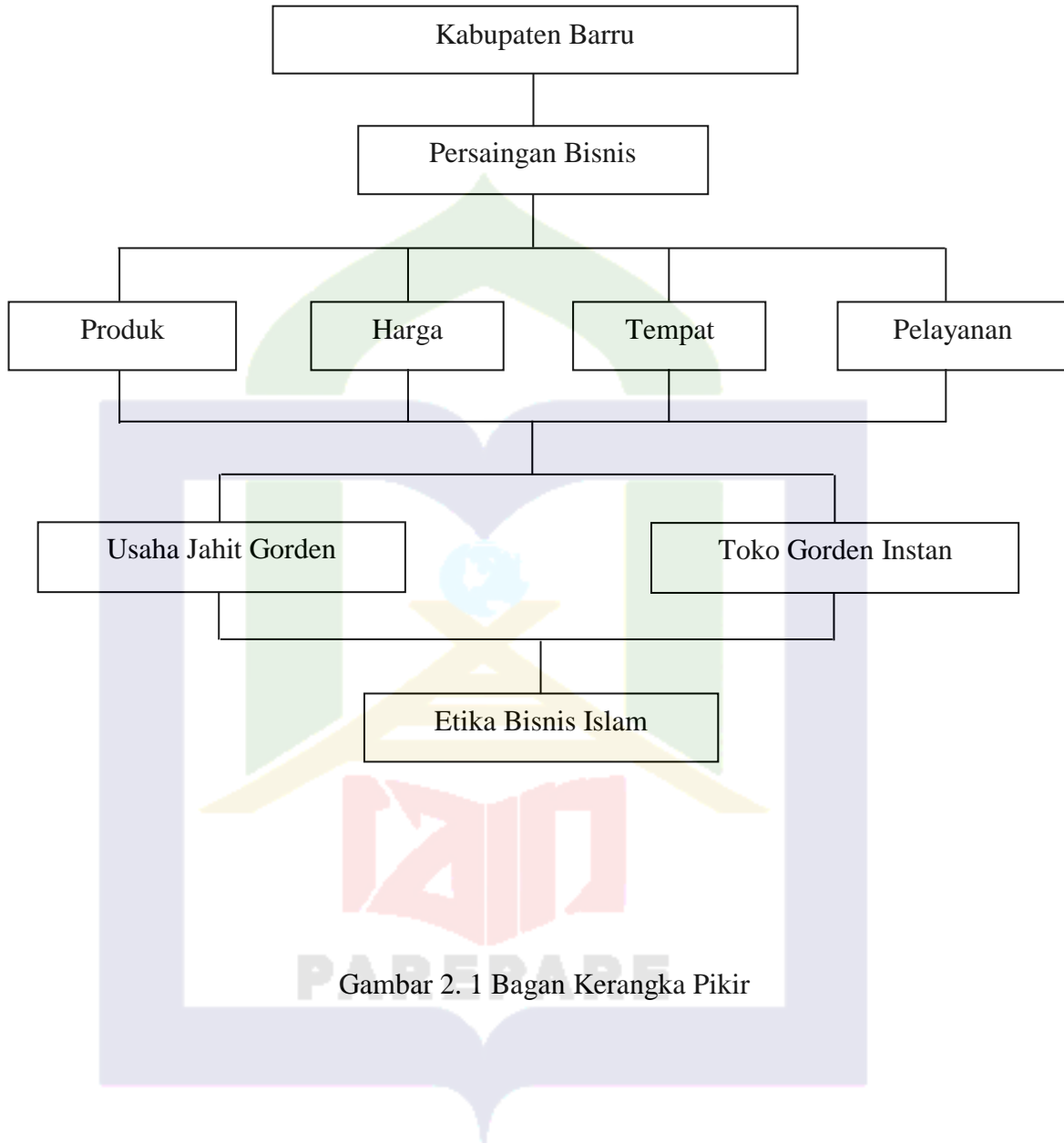
profitnya namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.³⁴ Berdasarkan pengertian tersebut maka yang dimaksud dengan etika bisnis Islam adalah segala aktivitas yang dilakukan dalam bisnis yang sesuai dengan syariat Islam.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas maka judul yang dimaksud pada penelitian ini adalah suatu penelitian mengenai persaingan pelaku usaha jahit gorden di Kabupaten Barru (analisis etika bisnis Islam).

D. Kerangka Pikir

Berdasarkan skripsi yang membahas tentang persaingan pelaku usaha jahit garden di Kabupaten Barru. Kerangka pikir ini bertujuan sebagai landasan sistematis untuk berfikir dalam menguraikan masalah-masalah yang di bahas dalam skripsi ini. Bagan kerangka pikir yang disajikan di bawah ini, peneliti akan menguraikan masalahpersaingan pelaku usaha jahit gorden , dengan mengetahui penyebab serta dampaknya terhadap individu, social dan ekonomi. Sehingga akan mudah memberikan solusi terhadap masalah persaingan pelaku usaha jahit gorden yang di hadapi dengan melihat dari sudut pandang etika bisnis Islam. Secara sederhana untuk mempermudah penelitian ini, peneliti membuat kerangka pikir sebagai berikut:

³⁴ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Analisis> (Diakses pada 21 Juni 2021)



Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi) yang diterbitkan oleh IAIN Parepare. 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.³⁵

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan masalahnya, penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan apa yang diteliti melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi.³⁶

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan pada suatu kejadian yang benar-benar terjadi.³⁷ Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan. *Pertama*, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak. *Kedua*, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. *Ketiga*, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.³⁸

³⁵Muhammad Kamal Zubair, dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Revisi (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), h. 55

³⁶Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Cet. VII; Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 26.

³⁷Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Muamalah* (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010), h. 6.

³⁸Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 9-10.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kecamatan Barru Kabupaten Barru, lokasi penelitian ini merupakan salah satu lokasi yang sebagian penduduknya menjalankan usaha jahit gorden. Peneliti akan melakukan penelitian dalam waktu kurang lebih 1 bulan.

C. Fokus penelitian

Berdasarkan judul yang diangkat oleh peneliti, maka fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara pelaku usaha jahit gorden di Kabupaten Barru agar dapat bersaing dengan para pengusaha gorden instan.

D. Jenis dan Sumber Data yang Digunakan

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

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yang terkait dengan permasalahan melalui kegiatan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data diperoleh dari lapangan secara langsung dengan melakukan wawancara di Kecamatan Barru Kabupaten Barru. Data penelitian ini adalah data yang didapatkan atau diperoleh dari hasil wawancara peneliti kepada beberapa penjahit gorden dan penjual gorden di Kecamatan Barru.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari buku-buku sebagai data pelengkap sumber data primer. Data sekunder mencakup dokumen-dokumen, buku, hasil penelitian, serta tulisan-tulisan yang mendukung atau memperkuat data primer yang ada.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penyusunan proposal ini yaitu teknik penelitian lapangan (*field research*): Teknik penelitian ini dilakukan dengan cara peneliti terjun ke lapangan untuk mengadakan penelitian dan untuk memperoleh data-data kongkret berhubungan dengan pembahasan ini. Adapun teknik yang digunakan untuk memperoleh data di lapangan yang sesuai dengan data yang bersifat teknis, yakni sebagai berikut:

1. Wawancara (*Interview*)

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. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait. Jenis wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah tidak terstruktur (*non-directif*).

Dalam wawancara tidak terstruktur, tidak ada pertanyaan yang ditentukan sebelumnya, kecuali pada tahapan sangat awal, yakni ketika peneliti memulai wawancara dengan melontarkan pertanyaan umum dalam area studi. Sebuah agenda atau daftar topik dapat membantu untuk tetap fokus selama jalannya wawancara.³⁹

Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara lebih teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.⁴⁰ Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pedoman wawancara.

³⁹Christine Daymon dan Immy Holloway, *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications* (Jakarta: Bentang Pustaka, 2007), h. 264.

⁴⁰H Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi* (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2018), h. 38.

Pedoman wawancara adalah instrumen yang digunakan untuk memandu jalannya wawancara. Pedoman wawancara tersebut digunakan oleh pewawancara sebagai alur yang harus diikuti, mulai dari awal hingga akhir wawancara. Pedoman wawancara berfungsi membimbing alur wawancara terutama mengarah tentang hal-hal yang harus ditanyakan. Dengan pedoman wawancara dapat dihindari kemungkinan melupakan beberapa persoalan yang relevan dengan permasalahan penelitian.⁴¹ Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha penjahit dan para toko penjual gorden.

Dari metode pengumpulan data melalui wawancara ini, maka peneliti akan mewawancarai sebanyak 5 penjahit dan 2 toko gorden yang ada di Kabupaten Barru.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan sistematis yang berkenaan dengan perhatian terhadap fenomena yang tampak.⁴² Observasi adalah mengamati kejadian, gerak, atau proses.⁴³ Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan secara langsung di lapangan terhadap objek yang akan diteliti, dalam hal ini terkait persaingan pelaku usaha jahit gorden di Kabupaten Barru

3. dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat, koran, majalah, prasasti, notulen rapat, leger nilai, agenda, dan lain-lain.

⁴¹M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua* (Kencana), h. 137.

⁴²Sanafiah Faizal, *Format-format Penelitian Sosial* (Cet. V; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), h. 71.

⁴³Suharsimi Arikunto, *Proses Penelitian Suatu Pendekatan* (Cet. XIII; Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 230.

F. Uji Keabsahan Data

Peneliti harus berusaha mendapatkan data yang valid dalam melakukan penelitian kualitatif, sehingga peneliti harus menguji validitas data dalam pengumpulan data agar data yang diperoleh tidak invalid (cacat).⁴⁴

1. Uji Kredibilitas (*credibility*)

Uji kredibilitas yang digunakan untuk menetapkan keabsahan data atau meyakinkan hasil data yang diperoleh di lapangan dapat dipercaya dan benar-benar akurat menggunakan triangulasi.⁴⁵

2. Uji Dependabilitas (*dependability*)

Uji dependabilitas pada penelitian kualitatif disebut realibilitas. Penelitian kualitatif dikatakan reliabel jika pembaca dapat mengulangi proses penelitian yang dijalankan peneliti. Uji dependabilitas melalui audit seluruh proses penelitian yang dilakukan peneliti oleh auditor netral atau pembimbing.⁴⁶

G. Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam menganalisis data pada umumnya adalah metode induktif dan deduktif. Adapun tahapan proses analisis data adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data

Dalam mereduksi data setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. tujuan utama penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu,

⁴⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 241.

⁴⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 338.

⁴⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 337.

apabila peneliti dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya apabila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan, seperti computer, notebook, dan lain sebagainya.⁴⁷

b. Display data (penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Hurbeman (1984) menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.⁴⁸

c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Langkah keiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang

⁴⁷ Umriati Dan Hengki Wijaya, Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffrayr, 2020), h. 88

⁴⁸Muh. Fitrah dan Lutfiyah, Metodologi Penelitian(penelitian kualitatif, Tindakan kelas dan Studi Kasus (Bima: CV Jejak,2017), h. 85

kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁴⁹

Setelah penulis memperoleh data-data dan berbagai informasi yang diperlukan dari lapangan, kemudian penulis akan mengolahnya secara sistematis sesuai dengan sasaran dari permasalahan yang ada dan menganalisisnya. Kemudian menarik kesimpulan dari fakta-fakta yang terjadi dilapangan.



⁴⁹Muh. Fitrah dan Lutfiyah, Metodologi Penelitian(penelitian kualitatif, Tindakan kelas dan Studi Kasus. h. 86.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pemasaran usaha jahit gorden di Kecamatan Barru Kabupaten Barru

Pada penelitian ini, penulis melakukan pendekatan kualitatif untuk mencapai hasil terkait dengan model pemasaran usaha jahit gorden di kecamatan barru kabupaten Barru, beberapa pendekatan secara ekonomis, pemasaran yang digunakan pada beberapa pelaku usaha jahit tersebut merujuk pada model pemasaran, pemasaran pada dasarnya menjadi salah satu kekuatan yang sangat penting untuk dilakukan oleh setiap pelaku usaha khususnya pada usaha jahit gorden. Beberapa usaha jahit gorden yang kemudian menjadi sasaran penelitian dengan mengedepankan.

Pada penelitian ini, penulis melakukan beberapa observasi pada sosial media dan melakukan wawancara singkat kepada pelaku usaha terkait dengan model pemasaran yang mereka lakukan untuk menunjang daya saing bisnis mereka.

Usaha menjahit adalah usaha untuk mengubah tekstil menjadi gorden jadi yang bisa digunakan konsumen. Persiapan yang diperlukan adalah kemampuan memahami keinginan konsumen untuk membuat desain gorden yang sesuai selera selain itu juga kreativitas penjahit sangat dibutuhkan untuk kepuasan konsumen dan pengembangan usaha.

Biasanya hal ini akan menjadi sarana promosi yang efektif untuk usaha penjahit. Kemampuan menjahit dan memahami mode yang sedang trend menjadi modal utama yang diperlukan untuk menggeluti usaha ini.

Beberapa pertanyaan kemudian diajukan oleh penbeliti kepada informan terkhusus kepada 4 pelaku usaha yang juga telah melakukan produksi gorden secara mandiri pada konveksi gorden miliknya sendiri, beberapa item pertanyaan kemudian di ajukan kepada informan tersebut, rujukan indikator pertanyaan pertama berkaitan dengan model pemasaran yang mereka lakukan dan juga beberapa pertanyaan terkait dengan produksi penjahitan gorden miliknya:

1. Manual

Word of mouth sudah lama dikenal oleh masyarakat luas. *Word of mouth* merupakan contoh bentuk komunikasi personal yang melibatkan seorang konsumen yang telah melakukan pembelian kemudian menceritakan pengalamannya selama menggunakan sebuah produk kepada orang lain. Dan dalam perkembangannya, fenomena *word of mouth* marketing yang setelah dilakukan penelitian dimana konsumen yang merekomendasikan produk ternyata sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian orang lain pada merek atau produk yang diceritakannya.

Salah satu informan berpendapat bahwa:

“Salah satu yang buat saya itu selalu kekurangan Karena pemasarannya itu yang susah, karena kami tidk menjahit langsung jadi, tapi kami itu hanya membuat kalau ada pesanan, jadi secara langsung memang kami agak kessulitan”⁵⁰

Berdasarkan penjelasan informan tersebut, pemasaran menjadi salah satu hal yang penting dilakukan oleh pelaku usaha penjahitan gorden tersebut, sebagaimana diketahui bahwa pemasaran menjadi salah satu bidang yang sangat penting dalam dunia bisnis, pemasaran menjadi hal yang sangat penting dikarenakan, model pemasaran dapat menentukan grafik minat dari pembeli itu sendiri.

⁵⁰ Nur Lina, Penjahit di Kabupaten Barru ,wawancara 15 Januari 2022.

hal yang sama diungkapkan oleh informan:

“bahwa hal yang menjadi kendala bagi kami sebagai tukang jahit gorden yaitu yak arena pemasaran yang susah belum lagi kami menjahit gorden hanya Ketika ada yang memesan.”

Diketahui bahwa dalam sebuah proses pemasaran produk kepada para konsumen, terdapat berbagai aspek pemasaran yang tidak bisa diabaikan oleh setiap pemilik usaha. Kegiatan pemasaran sendiri dapat diartikan sebagai sebuah proses untuk mempertahankan siklus hidup dari produk yang sudah dihasilkan.

Pemasaran adalah suatu proses dan eksekutif dimana individu dan kelompok mendukung kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan berbagi sesuatu yang bernilai satu sama lain. Hal yang didasarkan pada konsep ini adalah kebutuhan, keinginan, persyaratan produk, nilai, biaya, kepuasan, pertukaran, transaksi atau hubungan, pasar, pemasar, dan pemasaran.

Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk cocok untuknya dan akan terus menggunakannya, sedangkan proses pemasaran terdiri dari analisis peluang pasar, penelitian dan pemilihan pasar sasaran, organisasi, ada adalah implementasi dan pemantauan pemasaran.

Strategi pemasaran adalah paket langkah-langkah terpadu untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dari sisi kebutuhan, masih terdapat berbagai kendala yang menyulitkan dalam memacu kebutuhan tersebut salah satunya adalah kendala dalam melakukan suatu kegiatan pemasaran.

Pada kegiatan usaha jahit gorden tersebut, kegiatan pemasaran bisa disebut sebagai siklus pertahanan hidup dari suatu produk yang sudah dihasilkan oleh seseorang. Begitu pula dengan usaha jahit tersebut. Namun semua hal ini tentu tak

dapat berjalan mulus, bila tak ada pembaharuan dan peningkatan dari aktivitas pemasaran. Maka itulah sisi penting mengetahui aspek pemasaran yang pertama yakni, analisis pasar terkait suatu peramalan permintaan yang terjadi dalam pasar.

“Kami kalau persoalan pemasaran itu hanya sebatas pemasaran biasa saja, jadi dari mulut kemulut itu pemasaran yang paling utama, lebih kepada kualitas yang kami jual walaupun itu juga kurang kuat sebenarnya”⁵¹

Penulis mengamati beberapa tahapan yang kemudian dilakukan oleh pelaku usaha jahit gorden di kecamatan ini bahwa mereka belum seutuhnya menggunakan beberapa pendekatan sebagai aspek pemasaran yang sesuai dengan model pemasaran secara umum.

Hal yang sama diungkapkan oleh informan:

“cara pemasaran kami ya hanya dari mulut kemulut yang pernah memesan gorden ke kami. Jadi disini yang dilihat itu bagaimana kualitas gorden yang dijahit menentukan banyaknya pelanggan.”⁵²

Pada dasarnya langkah awal yang bisa dilakukan oleh pelaku usaha jahit gorden tersebut ialah lakukan untuk menganalisis pasar, yakni melakukan riset terkait apa yang sedang sangat diperlukan oleh calon pembelinya itu, atau apa saja yang sedang banyak dicari dan digemari oleh orang-orangnya. Nah, inilah peluang emas yang berfungsi memfokuskan pelaku usaha jahit gorden pada apa-apa saja yang perlu diproduksi oleh suatu perusahaan,.

⁵¹ Nur Lina, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

⁵² Cenceng, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

2. Supplay ke toko

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan kepada beberapa informan lainnya:

“Jadi saya itu disini sebagai penjahit gorden, kalau penjahit itu beda sama itu toko toko yang lainnya, kalau biasanya saya itu menjahit kemudian toko yang ambil hasil jahitannya untuk dijual di tokonya”⁵³

Berdasarkan penjelasan tersebut, bahwa tidak semua informan melakukan model pemasaran secara menyeluruh, namun beberapa penjahit yang juga sebagai pelaku usaha jahit gorden yang bertindak sebagai supplier pada beberapa toko penjual gorden, hal tersebut menjadi bukti bahwa disisi persaingan, juga terdapat beberapa sisi kerjasama diantara kedua pelaku usaha.

Penulis menyadari adanya kekurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha jahit gorden dengan mengenali aspek pemasaran dalam kewirausahaan mereka, disisi lain juga pebisnis dapat melakukan studi kelayakan bisnis. Bertujuan untuk menganalisis konsep pemasaran bisnis tersebut layak atau tidak untuk direalisasikan dalam model pemasaran secara langsung.

“Kalau sya pribadi, bisnis jahit gorden ini sangat menjanjikan, walaupun ada beberapa perrsaingan pastinya diantara kami, jadi biasanya solusinya itu kalau tidak ada pesanan, itu kita supplai saja ke toko gorden jadi”⁵⁴

Beberapa pelaku usaha jahit gorden juga melakukan pengiriman atau penjualan serta meniitipkan gorden hasil jahitannya ke toko toko besar untuk di pasarkan, sehingga mereka semakin ketinggalan dibidang aspek pemasaran tersebut. Hal tersebut menjadi dasar sehingga pelaku usaha jahid gorden ini kesulitan dalam melakukan pemasaran produk hasil jahitan mereka.

⁵³ Nur Lina, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

⁵⁴ Jamaliah, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

Salah satu informan berpendapat bahwa:

“Sebenarnya produksi gorden saya itu tidak terlalu banyak, karena kami itu penjahit gorden langsung, biasanya jahit gorden dari beberapa pembeli yang mau desain sendiri karena ukuran sendiri yang tidak didapat dari toko”⁵⁵

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menyadari bahwa penjahit tidak secara mandiri mampu untuk memasarkan hasil jahitannya, namun terkadang mereka hanya mensuplai hasil jahitannya tersebut kepada toko toko yang kemudian harga dari barang tersebut di tawari dari harga normal yang kemudian toko melakukan mark up harga beberapa persen untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan gorden tersebut.

Segala aktivitas terutama dalam bentuk kegiatan usaha ada etika yang mengatur. Sehingga dalam kegiatan tersebut dapat menimbulkan keharmonisan dan keselarasan antar sesama. Begitu juga dalam dunia bisnis tidak lepas dari etika bisnis. Etika bisnis merupakan aturan yang sangat mengatur tentang aktifitas bisnis.

Shiddiq adalah berkata benar. Jujur terhadap diri sendiri, makhluk lain dan sang pencipta. Tanpa kejujuran semua hubungan termasuk hubungan bisnis tidak akan berjalan lama. Padahal dalam prinsip berbisnis interaksi yang memberikan keuntungan sedikit tetapi berlangsung berkali-kali lebih baik dari pada untung banyak tetapi hanya sekali, dua kali atau tiga kali. Jujur merupakan motivator yang abadi dalam budi pekerti dalam perilaku seorang pembisnis muslim. Karena sebagai salah satu sarana untuk memperbaiki amalnya dan sarana untuk bisa masuk surga. Jika merujuk pada model pemasaran yang dilakukan oleh beberapa pelaku usaha jahit

⁵⁵ Jamaliah, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

gorden di kecamatan Barru dan mengaitkan pada model etika bisnis yang berlaku secara umum di tengah masyarakat dan pandangan islam.

Sebagaimana dijelaskan bahwa dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar, dalam menjalankan setiap bisnis usaha menjahit gorden tersebut, telah menjalankan model pemasaran yang tidak mencederai dan melanggar etika bisnis secara islam, baik itu kecurangan serta adanya kebohongan serta dusta yang dilakukan selama pemasaran gorden hasil jahitan.

Merujuk pada model Etika dimana bagian dari pembahasan secara kebiasaan yang berlaku tentang nilai, norma, atau moralitas yang wajib untuk diimplementasikan pada setiap pelaku usaha jahit gorden di kecamatan Barru Kabupaten Barru. Dengan demikian, tindakan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha jahit gorden dan toko gorden di kecamatan Barru Kabupaten Barru tersebut telah mencerminkan moral dan etika bisnis yang ada.

Jika dikaitkan dengan norma dimana menjelaskan tentang suatu pranata dan nilai mengenai baik dan buruk suatu tindakan usaha, sedangkan etika juga menjadi dasar yang refleksi dan penjelasan terkait dengan sesuatu itu baik dan buruk. Peneliti tidak menemukan adanya unsur etika yang dilanggar dalam setiap proses pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha jahit salah satu dari banyaknya pelanggaran etika bisnis yaitu dengan menipu orang lain. Ini berada pada tataran moral, sedangkan kajian kritis dan rasional mengapa menipu itu buruk apa alasan pikirannya merupakan lapangan etika.

B. Daya saing kualitas usaha jahit gorden di Kecamatan Barru Kabupaten Barru

Pada hasil penelitian kedua ini, penulis secara detail mengkaji terkait dengan daya saing kualitas yang pelaku usaha jahit gorden yang berada di Kecamatan Tanete Rilau kabupaten Barru, Daya saing yang terjadi sebenarnya tidak terlalu fokus dikarenakan beberapa diantara mereka bahkan telah menjadi kemitraan dalam hal supplier gorden pada beberapa toko.

Persaingan yang terjadi diantara beberapa pelaku usaha jahit gorden dengan toko gorden instan tidak memberikan dampak persaingan yang signifikan adanya, namun perlu untuk dikaji dalam perspektif persaingan pasa dalam islam.

Pada dasarnya secara umum daya saing didefinisikan sebagai kemampuan dari suatu industri untuk menunjukkan keunggulan dalam hal tertentu, dengan cara memperlihatkan situasi dan kondisi yang paling menguntungkan, hasil kerja yang lebih baik dibandingkan dengan industri lainnya. Sehingga faktor yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah keunggulan, pada beberapa hasil data yang ditemukan dilapangan, dimana beberapa kinerja daya saing memberikan dampak yang besar bagi konsumen secara umum.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa informan terkait dengan daya saing yang terjadi baik itu kepada pelaku usaha jahit gorden dan toko gorden iinstan di kecamatan Tanete Rilau.

Harga, kualitas dan ketepatan waktu sesuai perjanjian dengan pelanggan gorden menjadi hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam setiap persaingan ini, dua objek pelaku persaingan memberikan kualitas terbaik untuk kemudian mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat sebagai konsumen mereka,.

1. Harga

Harga adalah titik kritis dalam bauran pemasaran, karena harga menentukan pendapatan perusahaan. Dan harga juga merupakan satu-satunya item dalam bauran pemasaran yang mewakili penjualan dan item lainnya hanya item biaya. Keputusan penetapan harga juga sangat penting dalam menentukan nilai atau manfaat yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan dan berperan penting dalam kualitas produk atau jasa.⁵⁶

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau sejumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga adalah suatu nilai tukar yang biasa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Strategi penetapan harga sangat penting untuk memberikan nilai atau harga kepada konsumen dan mempengaruhi produk atau jasa, serta keputusan konsumen tentang pembelian suatu produk. Harga berkaitan dengan penjualan dan pemasaran atau saluran pasokan, tetapi yang paling penting adalah keputusan perusahaan untuk menetapkan harga yang sejalan dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

Berdasarkan penentuan harga yang diberikan oleh pelaku usaha jahit gorden di lokasi penelitian, peneliti tidak menemukan adanya permainan harga yang kemudian menimbulkan adanya kerusakan harga dipasaran serta mencederai kondisi pasar harga gorden di tengah masyarakat. Seluruh penentuan harga yang ditentukan juga tidak melanggar model Etika yang berkaitan dengan kebiasaan hidup yang

⁵⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008) h. 135

baik, baik pada pedagang maupun pada kelompok masyarakat yang lainnya dari satu orang ke orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Dalam makna yang lebih tegas pelaku jahit gorden tersebut mengikutietika yang merupakan aturan sistematis tentang tabiat, konsep nilai, baik, buruk, benar, salah, dan lain sebagainya serta prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja

2. Kualitas

Pada dasarnya, peneliti mengemukakan beberapa struktur daya saing yang meliputi beberapa hal sebagai bahan pertimbangan selain kualitas produk gorden yang diperjualbelikan diantaranya:

- a) Kondisi Usaha, produktivitas, output dan nilai tambah, serta tingkat modal yang dimiliki olehnya.
- b) Potensi lokasi usaha yang meliputi non tradeable seperti prasarana, sumber daya alam, serta citra.
- c) Sumber daya manusia meliputi kualitas sumberdaya manusia yang mendukung kegiatan ekonomi mulai dari proses produksi, konsumsi, hingga distribusi.

Model daya saing yang juga menjadi dasar atas persaingan pasar menjadi seluruh aspek yang perlu untuk dipertimbangkan, beberapa hal juga perlu untuk di perhatikan dalam rangka menjaga daya saing diantara pelaku usaha gorden tersebut.

Sebagaimana disampaikan bahwa:

“Kalau bicara soal kualitas, tentunya kualitasnya tidak jauh beda, bahkan toko toko yang jual gorden jadi itu juga dapat suplai gorden dari penjahit konveksi

gorden biasanya juga”⁵⁷

Berdasarkan pemaparan informan diatas, tentu telah menjadi rahasia umum terkait dengan kualitas sebagai bagian dari model daya saing yang terjadi di kalangan penjual gorden di kecamatan tanete tersebut.

Berikut penjelasan informan terkait dengan dengan bentuk persaingan kualitas sebagai berikut:

“Kalau bicara soal kualitas yang kadang membedakan itu karena di toko gorden jadi itu pastinya dia memiliki kemampuan pemasaran yang bagus, jadi memang pelanggan lebih kenal toko gorden yang besar”⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara bahwa berkaitan dengan kualitas gordeng yang di jual di toko dengan hasil jahitan sendiri yaitu pada kemampuan pemasarannya saja.

Hal yang sama di sampaikan oleh informan bahwa:

“sebenarnya kualitas pemasaran di toko di toko gorden pastinya memiliki kemampuan pemasaran yang lebih bagus sehingga toko gorden lebih banyak diminati oleh pelanggan”.⁵⁹

Daya saing yang berkaitan dengan pemasaran juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli gorden di toko ataupun penjahit gorden sekalipun.

Keunikan produk yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran. Sebagai sebuah terobosan yang dihasilkan perusahaan dalam menuangkan hasil ide-ide atau gagasan sehingga menciptakan sesuatu yang berbeda atau unik dari yang lain

⁵⁷ Kartina, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

⁵⁸ Kartina, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

⁵⁹ Yaya, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

(pesaing) sehingga mampu memiliki daya tarik bagi pelanggan.

Berdasarkan penjelasan terkait dengan daya saing kualitas penjahit gorden di desa tersebut maka salah satu informan juga berpandangan bahwa:

“kalau soal kualitas dan daya saingnya, memang kualitas gorden di kami itu sedikit agak rendah disbanding di took took, karena kualitas bahan yang mereka miliki itu diatas, modal yng mereka punya jauh lebih tinggi di banding kami”⁶⁰

Mengkaji beberapa hasil wawancara yang terkait dengan kualitas daya saing penjahit gorden tersebut, bahwa menjadi aspek yang sangat penting bagi setiap pelaku usaha untuk bersaing dari sisi kualitas gorden yang mereka miliki.

Salah satu informan berpendapat bahwa:

“Model persaingan itu susah untuk saya jawab karena memang kita lakukan pemasaran terbilang monoton hanya sebatas posting posting dan pasarnya itu juga sama masyarakat yang datang untuk menjahit saja”⁶¹

Model pemasaran yang pada umumnya dilakukan oleh beberapa penjahit gorden tersebut ialah model pemasaran yang klasik dengan melakukan pemasaran melalui media sosial di Facebook maupun sosial media lainnya, model pemasaran tersebut menjadi model pemasaran yang paling umum dilakukan oleh pelaku usaha jahit gorden.

Berdasarkan hasil data wawancara informan, bahwa setiap informan telah melakukan pemasaran dengan upaya untuk meningkatkan daya beli dari calon konsumen tersebut.

Berkaitan dengan kualitas jual gorden yang dijahit di penjahit dengan kualitas gorden yang di miliki beberapa toko gorden instan yang sudah besar, seperti pendapat

⁶⁰Yaya ,Penjahit di Kabupaten Barru , *wawancara* 15 Januari 2022.

⁶¹Cenceng, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

salah satu informan bahwa:

“Sejauh ini, kalau bicara soal kualitas saya rasa kualitas gorden yang ada di sini sama saja dengan kualitas di took gorden langsung”⁶²

Kualitas gorden yang dijual dipenjahit konveksi pada dasarnya memiliki kualitas bahan yang serupa dengan gorden yang diperjualbelikan di toko toko besar, penjahit secara umum menggunakan bahan yang juga di buat di toko besar.

i. Ketepatan waktu perjanjian

Ketepatan dalam hal waktu pengerjaan juga perlu diperhatikan. Adakalanya penjahit tidak bisa mengerjakan orderan yang mereka terima sesuai dengan waktu yang diberikan oleh konsumen. Untuk mengantisipasinya sebaiknya penjahit mulai membatasi orderan jika merasa tidak bisa mengerjakan tepat pada waktunya. Hal ini akan berimbas terhadap kepercayaan konsumen terhadap penjahit. Karena konsumen ingin pakaian mereka siap tepat pada waktu yang mereka berikan kepada penjahit.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa:

“menurut saya salah satu daya tarik pelanggan yaitu ketepatan waktu perjanjian terkait dengan proses penjahitan gorden. Jadi lama proses penjahitan harus sesuai dengan perjanjian kita dengan pelanggan tersebut agar hal ini dapat membuat pelanggan merasa puas. ”

Berdasarkan hasil wawancara bahwa salah satu daya Tarik pelanggan yaitu ketepatan waktu penjahitan gorden. Proses penjahitan harus selesai sesuai dengan perjanjian awal antara penjahit dan pelanggan agar pelanggan tersebut merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh penjahit.

Sifat amanah harus di miliki oleh pembisnis muslim, sebab tidak hanya untuk kepentingan muamalah semata tetapi berkaitan dengan status imam seseorang. Amanah dalam hal menepati janji kepada pelanggan berkaitan dengan kejujuran,

⁶² Kartina, Penjahit di Kabupaten Barru ,wawancara 15 Januari 2022.

tidak menipu atau berbohong. Seseorang harus menepati perjanjian sesuai dengan yang telah disepakati sebelumnya.

Kejujuran memberikan pengertian bahwa seorang pelaku bisnis harus menepati perjanjian sesuai dengan perjanjian kepada konsumen sesuai dengan firman Allah dalam QS An-Nahal/16:116

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ لِنَقْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ ۝ ۱۱۶

Terjemahnya:

Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta "ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung.⁶³

Berdasarkan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa seorang pelaku usaha harus bersikap sesuatu sesuai dengan kemampuannya artinya bahwa seorang pelaku usaha dalam hal berjanji terhadap pelanggan harus menepati janji tersebut sesuai dengan perjanjian awal mereka.

Jika merujuk pada analisis etika bisnis yang diterapkan oleh pelaku usaha jahit gorden tersebut, maka pelaku usaha jahit tersebut telah mengimplementasikan indikator indikator etika bisnis yang sesuai dengan etika bisnis islam, Peneliti merumuskan bahwa Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik telah dilakukan oleh para pelaku usaha jahit gorden.

Jika merujuk pada Etika daya saing bisnis Islam yang juga dijadikan sebagai alasan analisis yang merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang kemudian dilakukan oleh para penjahit gorden selanjutnya tentu melanjutkan tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.

⁶³ Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya. (Jakarta:Lajnah Pentashihan Al-Qur'an,2019)

Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan toko gorden dan pelaku penjahit, konsep umum dan standart untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islami telah tertanam didalam hati para pelaku bisnis usaha gorden baik itu penjahit maupun pemilik toko dan sudah menjadi suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu usaha.

C. Faktor penghambat berkembangnya usaha jahit gorden di Kecamatan Barru Kabupaten

Penjahit dapat dikategorikan sebagai salah satu usaha atau bisnis yang menggunakan jasa sebagai media untuk menghasilkan keuntungan, yaitu dengan cara menciptakan membuat, mencocokkan dan mengubah kain menjadi pakaian sesuai permintaan dan kebutuhan pelanggan. Menurut hasil observasi peneliti selama melakukan penelitian semua penjahit menerapkan praktik-praktik bisnis seperti pada umumnya misalnya dalam hal melayani pelanggan para penjahit bersikap ramah yaitu dengan memberikan senyum sapa untuk setiap pelanggan yang datang.

Semakin bagus melayani kebutuhan konsumen, maka penjahit tersebut akan semakin dipercaya untuk menjahitkan pakaian pelanggannya. Kemampuan menjahit dan memahami mode yang sedang tren menjadi modal utama yang diperlukan untuk menggeluti usaha ini. Bisnis jasa jahit memiliki peluang besar untuk menarik minat konsumen. Hal itu dikarenakan terkadang ada orang-orang yang tidak menemukan ukuran pakaian yang sesuai dengan tubuhnya, selain itu banyak orang tidak mau jika mengenakan pakaian yang pasaran atau banyak dipakai oleh orang lain. Oleh karena itu mereka berlomba-lomba mencari jasa penjahit yang dapat mengerjakan pakaian sesuai dengan keinginan mereka.

Beberapa faktor yang kemudian menjadi penghambat dari setiap proses penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha penjahit gorden tersebut, faktor yang menjadi penghambat dari berkembangnya usaha penjahit gorden tersebut ialah:

1. Faktor Harga

Salah satu faktor yang menghambat perkembangan bisnis penjahit ialah harga yang berbeda dari toko gorden secara umum, penentuan harga menjadi salah satu pertimbangan penting bagi setiap calon pembeli, faktor harga salah satu faktor yang sangat mempengaruhi setiap keputusan pembelian konsumen.

Sebagaimana dijelaskan oleh salah satu informan bahwa:

“Salah satu dari banyaknya factor yang menurut saya itu mempengaruhi perkembangan usaha ini itu karena harrga, jadi memng di took itu harganya sedikit lebih murah, karena mereka mengambil banyak gorden jadi dari penjahit penjahit daerrah yang juga di pasarkan di tokonya secara online juga ada”⁶⁴

Berdasarkan penjelasan diatas, faktor harga memang telah menjadi salah satu indikator perilaku konsumen yang dapat mengubah keputusan membeli gorden yang diminati, harga yang di tentukan di penjahit gorden yang cukup tinggi membuat pembeli mengubah keputusannya untuk memesan gorden dari penjahit secara langsung.

Harga yang tinggi tidak hanya sekedar disampaikan oleh salah satu informan saja, namun beberapa informan lainnya juga menjelaskan hal yang serupa, bahwa:

“Menurut saya itu yang buat kenapa kita kurang bisa bersaing karena saya merasa harga yang ditawarkan ke pembeli itu hrng yang tinggi, jadi mungkin pembeli juga mau lihat dari sisi harganya memang”⁶⁵

⁶⁴ Jamaliah, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

⁶⁵ Jamaliah, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa salah satu hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan oleh setiap pembeli ialah harga yang rendah, harga yang rendah dengan kualitas tinggi memang telah menjadi indikator keputusan pembeli untuk menentukan keputusan membeli produknya.

Salah satu informan menjelaskan bahwa:

“Menurut saya itu memang harga di toko penjual gorden jauh lebih murah dari pada kita membeli di penjahit, juga kita bisa pilih kalau misalnya di toko langsung, kalau di penjahit itu belum tentu bagaimna hasilnya nanti, apakah memang sesuai ekspektasi ta atau tidak”⁶⁶

Berdasarkan hasil wawancara bahwa salah satu pertimbangan saat akan membeli gorden yaitu karena jika mereka membeli langsung di toko gorden barang yang di tawarkan sudah terlihat hasil dan model gorden tersebut. Jadi pembeli bisa melihat langsung kualitas dari gorden tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, menjadi sangat penting bagi setiap pelaku usaha jahit gorden untuk mempertimbangkan faktor harga yang kemudian bisa mempengaruhi setiap keputusan pembeli untuk membeli gorden di toko ataupun menjahit di penjahit gorden sesuai keinginannya.

2. Faktor Ketersediaan Produk

Faktor ketersediaan produk menjadi salah satu faktor masalah terhadap berkembangnya usaha jahit gorden. Sedangkan apabila tidak memiliki persediaan akan sangat berisiko apabila konsumen memerlukan produk namun tidak tersedia, tentunya konsumen dapat beralih ke produsen lain. Ini berarti akan mengurangi keuntungan yang mungkin didapat oleh sebuah bisnis. Oleh karena itu, sangat penting bagi penjahit untuk menentukan tingkat produk yang optimal. Artinya, tidak

⁶⁶ Kartina, Kabupaten Barru ,wawancara 15 Januari 2022.

menimbulkan beban biaya yang terlalu besar sekaligus juga tersedia apabila konsumen memerlukan.

Secara fakta, penjahit tidak membuat banyak persediaan produk untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh calon pembeli, hal tersebut menjadi salah satu kekurangan bagi penjahit kecil, sebagaimana dijelaskan bahwa:

“Jadi kalau menurut saya itu juga, faktor suplai barang yang banyak di toko jadi memang pembeli pasti akan ke toko dari pada di penjahit, Karena memang sekarang itu modelnya begitu, banyak yang lebih memilih ke toko dari pada menjahit”⁶⁷

Berdasarkan penjelasan diatas maka menjadi hal yang penting untuk dipertimbangkan terkait dengan tingkat ketersediaan produk dapat diukur dengan menggunakan *fill rate*, yang berupa pertimbangan dari jumlah kepuasan permintaan pelanggan terhadap ketersediaan produk. Suatu jumlah ketersediaan produk dapat menggunakan ketersediaan produk pada tingkat yang tinggi untuk meningkatkan responsiveness-nya serta untuk menarik konsumen.

Berikut penjelasan informan:

“Menurut saya itu, pembeli lebih pilih ke toko dari pada pergi untuk menjahit, Karen memang lebih instan kalau ke toko, banyak tersedia juga gordeen yang sudah jadi kalau ditoko dibandingkan dnegan penjahit, disisi lain juga memang yang buat pembeli senang kalau di toko itu karena motif gorden yang memang banyak pilihannya.”⁶⁸

Keputusan pembelian memiliki peran yang cukup penting sebagai variabel pemasaran dalam hubungan antara ketersediaan produk dengan kepuasan pelanggan untuk bisa bersaing atau menjaring sebuah pasar harus dapat memberikan

⁶⁷ Kartina, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

⁶⁸ Yaya, Penjahit di Kabupaten Barru ,*wawancara* 15 Januari 2022.

kepuasan kepada konsumen seperti dengan memenuhi kebutuhan akan barang dan memberikan saran alternatif lain apabila barang yang diinginkan sudah tidak tersedia lagi didalam. Semakin lengkap barang disebuah toko maka dapat semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk mereka.

Terkait dengan ketersediaan produk, hal tersebut juga sangat mempengaruhi tingkat kepuasan merupakan perasaan tentang perbandingan antara produk/layanan yang diterima dan yang diharapkan membuat konsumen merasa puas tentunya merupakan harapan yang ingin diwujudkan oleh setiap penjahit dan toko. Kepuasan konsumen ini sangat penting agar penjahit tetap dapat menjalankan bisnisnya dan mampu bersaing ditengah persaingan yang ketat dan munculnya penjahit penjahit baru. Selain itu, melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa terpuaskan dengan produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan adalah salah satu cara agar konsumen mau melakukan pembelian ulang.

Salah satu informan berpendapat bahwa:

“Kualitas yang ada juga menurutku tidak maksimal, kalau di toko itu banyak pilihan produk dan juga harga yang lumayan murah dibandingkan dengan penjahit penjahit yang ada”⁶⁹

Berdasarkan penjelasan tersebut, ketersediaan produk gorden sangat mempengaruhi tingkat kepuasan (*satisfaction*) yang terkait dengan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk gorden terhadap ekspektasi pembeli. Ekspektasi berasal dari pengalaman pembelian, beberapa hal juga mempengaruhi sikap pembeli diantaranya nasihat teman atau rekan, serta informasi dan janji lainnya.

⁶⁹ Kartina, Penjahit di Kabupaten Barru ,wawancara 15 Januari 2022.

Berikut penjelasan informan:

“Bagi saya yang sulit itu karena memang nama kita belum terkenal dan juga lokasi ta yang kurang strategis jadi penghambat memang memang, jadi memang yang membuat kita lambat berkembang itu salah satunya, susah untuk berkembang karena memang kita tidak memproduksi atau menjahit gorden dalam skala besar”⁷⁰

Berdasarkan penjabaran tersebut, ketersediaan produk menjadi salah satu indikator kepuasan pelanggan yang merupakan suatu penilaian yang umumnya disepakati untuk menghasilkan perbandingan tingkat kinerja produk atau layanan, kualitas, atau hasil lain yang dirasakan oleh konsumen dengan standar evaluatif pembeli gorden. Penelitian ini juga menjelaskan terkait dengan analisis etika dalam berbisnis khususnya pada aspek pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha jahit gorden di Kabupaten Barru, sebagaimana dijelaskan bahwa etika bisnis Islam tidak lepas dari pengaruh ajaran Islam, pemikiran tokoh-tokoh dan ulama serta keadaan masyarakat yang mendorong untuk membuat aturan-aturan moral. Etika bisnis Islam hadir sebagai wujud antisipasi terhadap banyaknya penyimpangan dan kecurangan dalam dunia bisnis misalnya penipuan, penggelapan dan pemerasan yang kemudian menjadi latar belakang munculnya etika bisnis. Etika bisnis dianggap memiliki seperangkat alat yang mampu untuk mengubah hal-hal yang negatif menjadi positif dalam dunia bisnis.

Pada penelitian ini beberapa analisis etika dilakukan secara kajian mendalam pada beberapa aktifitas pelaku usaha, berikut ini dijelaskan bahwa pelaku usaha telah bertindak secara adil dalam berusaha, bertanggung jawab dan didasari dengan niat baik:

⁷⁰ Jamaliah, Penjahit di Kabupaten Barru, *wawancara* 15 Januari 2022.

1. Prinsip Berkeadilan

Adil pada hakikatnya adalah bahwa kita memberikan kepada siapa saja apa yang menjadi haknya. Dan, karena pada hakikatnya semua orang sama nilainya sebagai manusia, maka tuntutan paling dasar keadilan adalah perlakuan sama terhadap semua orang, tentu dalam situasi yang sama. Semua tindakan yang berpedoman pada prinsip berkeadilan akan menghasilkan sebuah tindakan yang bermanfaat bagi semua pihak, baik itu untuk pelaku bisnis dan masyarakat selaku objek bisnis.

Jika dilihat dari sudut pandang Etika bisnis islam, pelaku usaha jahit gorden bersifat baik kepada para pelanggan dan memberikan keadilan kepada pelanggan di mana keseimbangan atau disebut juga ‘adl, menggambarkan suatu dimensi horizontal di dalam ajaran Islam dan berkaitan erat dengan harmoni tentang segala sesuatu yang ada di alam semesta ini. Sesuai dengan Firman Allah SWT berikut Q. S An-Nisa/4:135:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَاقِرًا فَإِنَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىَٰ أَن تَعْدِلُوا وَإِن تَلَوُّا أَوْ تَعْرَضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا ۝ ١٣٥﴾

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu , bapak dan kaum kerabatmu. Jika ia kaya ataupun miskin, maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutar balikan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka sesungguhnya Allah adalah maha Mengetahui segala apa yang kamu kerjakan. ”

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan supaya berlaku adil, sebab tegaknya urusan masyarakat hanya akan tercapai dengan keadilan.

Prinsip berkeadilan akan mengubah semua tindakan dalam bisnis yaitu tidak

akan ditemukan lagi berbagai bentuk kecurangan yang terjadi, karena setiap pelaku bisnis sadar akan keutamaan berperilaku adil. Jika tidak ada pihak yang dirugikan maka akan terwujud kepuasan dari masing-masing pihak, bisnis akan adil pada hakikatnya adalah bahwa kita memberikan kepada siapa saja apa yang menjadi haknya. Dan, karena pada hakikatnya semua orang sama nilainya sebagai manusia, maka tuntutan paling dasar keadilan adalah perlakuan sama terhadap semua orang, tentu dalam situasi yang sama. Semua tindakan yang berpedoman pada prinsip berkeadilan akan menghasilkan sebuah tindakan yang bermanfaat bagi semua pihak, baik itu untuk pelaku bisnis dan masyarakat selaku objek bisnis.

2. Bertanggung jawab

Bisnis syariah sangat memperhatikan dan mengatur kebebasan dalam menjalankan kegiatan bisnis dan menentukan tujuan bisnis. Aturan tersebut bertujuan agar wujud dari sebuah bisnis menjadi terarah, memiliki manfaat yang baik, dan saling memberikan keuntungan baik antar pelaku bisnis dan masyarakat. Dengan aturan yang jelas tentu akan mempermudah dalam mengendalikan tanggung jawab dari masing-masing pihak pelaku bisnis. Lebih lanjut dalam kegiatan bisnis, para pelaku akan lebih fokus dalam meningkatkan produktivitas dan pelayanan kepada masyarakat dengan penuh tanggung jawab terhadap semua kebijakan yang telah ditentukan dalam kegiatan bisnis. Seluruh dari proses kegiatan tersebut memiliki sebuah tujuan, yaitu agar pelaku dapat menjamin kelayakan dan kesesuaian terhadap solusi yang diberikan dan timbal baliknya adalah masyarakat menaruh kepercayaan penuh kepada pelaku bisnis. Contoh Penerapan prinsip tanggung jawab ialah bersikap profesional dalam melakukan usahanya, amanah dan selalu menepati janji kepada pelanggan dan sebagainya.

Dalam hal merespon konsumen atas keluhan yang diberikan telah memiliki kaitan dengan Etika Bisnis Islam yaitu prinsip tanggung jawab. Islam sangat mementingkan konsep tanggung jawab, meskipun tidak berarti mengabaikan kebebasan individu. Ini berarti bahwa islam menginginkan kehendak yang bertanggung jawab. Manusia harus berani tidak hanya bertanggung jawab kepada rakyat atas segala keputusannya, tetapi yang terpenting adalah setelahnya di hadapan tuhan. Tanggung jawab seorang muslim yang sempurna, tentu saja, bertumpuh pada banyaknya kebebasan, dari kebebasan untuk memilih keyakinan hingga keputusan penting yang harus dibuat. Menjalankan segala aktivitasnya bisnis dengan berbagi kebebasan bukan berarti semuanya sudah siap ketika tujuan yang diinginkan tercapai atau sudah menguntungkan. Semua itu menuntut tanggung jawab atas apa yang telah dilakukan pengusaha, baik itu dalam melakukan transaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual beli, membuat perjanjian, dan lain-lain.

Dilihat dari konsep di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis yang sesuai etika bisnis islam yakni dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip di dalam al-Qur'an dan hadist dengan memperhatikan nilai kejujuran, apa adanya dan menjauhi segala bentuk penipuan.

3. Didasari niat yang baik

Pada temuan selanjutnya bahwa pelaku usaha jahit gorden tersebut telah didasari oleh niat yang baik dalam melakukan pemasaran, Pada dasarnya adanya niat berkaitan dengan terbentuknya sebuah tindakan, dan tindakan akan menentukan hasil yang terjadi apakah itu baik atau buruk, yang mana hasil tersebut sesuai dengan niat awalnya.

Dalam bisnis syariah pun juga memperhatikan pentingnya dalam upaya

memiliki sebuah niat yang baik dalam berbisnis, karena nantinya akan berdampak pada halal atau haram hasil bisnis tersebut. Menurut Islam, panduan tentang bagaimana perilaku seseorang itu benar diukur dan dinilai dengan ketentuan Al-Qur'an dan standar perilaku seorang muslim yang benar adalah selaras dengan perilaku Rasulullah. Oleh karena itu, salah satu karakter pedagang yang terpenting adalah kejujuran. Jika segala perbuatan diawali dengan kebenaran dalam berniat, tidak ada kebohongan dan keserakahan dalam perilaku dan sikap, menjalin akad yang terbuka, jelas maksudnya dan dapat diterima oleh semua pihak baik dalam menetapkan keuntungan maupun pembagian modal, maka akan menciptakan keadilan, keharmonisan dan keberkahan dalam berbisnis.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa etika bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha jahit gorden telah sesuai dan mengikuti seluruh indikator etika bisnis yang ada, dengan mengedepankan sikap transparansi, bersikap adil dan baik kepada setiap pesaingnya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian tentang persaingan pelaku usaha jahit gorden di Kabupaten Barru dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk pemasaran usaha jahit gorden di Barru mengandalkan pemasaran online dengan memproduksi gorden sesuai dengan pesanan pembeli. Dan model pemasaran yang dilakukan hanya sebatas pemasaran jasa jahit gorden. Sedangkan toko penyedia gorden instan dapat dipilih sesuai dengan model pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha jahit gorden. Bentuk pemasaran tersebut dianggap sesuai dengan etika bisnis islam, yakni jujur dan bertanggung jawab.
2. Daya saing kualitas usaha jahit gorden di Barru menunjukkan adanya persaingan sebatas minat pembeli dari sisi kemudahan kenyamanan. Daya saing hanya pada aspek usaha, modal, pemasaran, potensi lokasi, dan sumber daya manusianya. Daya saing tersebut dapat dibenarkan dalam Etika Bisnis Islam, karena ada prinsip tanggung jawab dan kebebasan berkehendak.
3. Faktor penghambat berkembangnya usaha jahit gorden, yakni faktor harga gorden dan faktor ketersediaan produk. Faktor tersebut sudah sesuai Etika Bisnis Islam yang ada dengan mengedepankan sikap transparansi prinsip tanggung jawab dan didasari niat yang baik.

B. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian terkait persaingan pelaku usaha jahit gorden di Kabupaten Barru sebagaimasukan yakni, peneliti menyarankan agar setiap pelaku bisnis jahit gorden tetap mengaplikasikan model bisnis yang sesuai dengan kaidah-kaidah islam.



DAFTAR PUSTAKA

AL-QUR'AN

Al-Qur'an Al-karim

Buku

- Arikunto Suharsimi, *Proses Penelitian Suatu Pendekatan*, Cet. XIII; Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Aziz Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Daymon Christine dan Holloway Immy, *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*, Jakarta: Bentang Pustaka, 2007.
- Faizal Sanafiah, *Format-format Penelitian Sosial*, Cet. V; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001.
- Isa Beekun Rafik, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- J. Moleong Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* Cet. VII; Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Nasution Az, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Diadit Media, 2001.
- R. Spiegel Murray. dan J. Stephens Larry, *Statistik*, PT. Gelora Aksara Pratama; Edisi Ketiga, 2004.
- Salim dan Haidir, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*, Jakarta: Kencana, 2019.
- Siyoto Sandu dan Ali Sodik M, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Titik Pramitasari “*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection*” (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019)
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi Parepare: STAIN Parepare, 2013

Wijaya Hengki, *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, Makassar: Sekolah Tinggi Teologia Jaffray.

Wijaya H., *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2018.

Yusuf A. Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Prenada Media, 2016.

Zubaidah Arrahman Akbar “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran (Studi kasus Toko Busana Muslim Rumah Jahit Akhwat di Kantor Cabang Perintis Kemerdekaan Kota Makassar 2020)*”

Jurnal/Skripsi

Arianti Sahrur Ulfa, *Persaingan Pelaku Usaha Jasa Rias Pengantin di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur*, Palopo: IAIN Palopo, 2019

Damanuri Aji, *Metodologi Penelitian Muamalah*, Ponorogo: STAIN Po Press, 2010

Djafar Muhammad, *Anatomi perilaku Bisnis: Dialektika Etika dengan Realitas*, Malang: UIN Malang Press, 2009

Efilianti Desi, *Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, Bima: IAI Muhammadiyah Bima, 2019.

Hamidah “*Etika Bisnis Islam Penjahit Pakaian di Pasar Kameloh Jalan KS Tubun Kota Palangkaraya*” (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam 2019)

Paramitasari Titik, *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019.

Rosmaya, *Persaingan Usaha Pabbagang di Desa Pallameang Kabupaten Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)*, Sulawesi Selatan: IAIN Parepare, 2020

Sa’adatul Hidayah Novita, *Persaingan Bisnis Pasar Ganefo Mragen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*, Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2015.

Saifullah Muhammad, *Etika Bisnis Islam dalam Praktik Bisnis Rasulullah*, Jurnal Walisongo, Volume 119, Nomor 1, 2011.

Saman Muhammad, *Persaingan Industri PT. Pancanata Sentralindo (Perpektif Etika Bisnis Islam)*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010.



LAMPIRAN

PAREPARE

Lampiran 01 :

	KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
	Jl. AmalBakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN	

NAMA MAHASISWA : RAHMA FAUZIAH
NIM : 17. 2400. 015
FAKULTAS : EKONOMO DAN BISNIS ISLAM
PRODI : EKONOMI SYARIAH
JUDUL : PERSAINGAN PELAKU USAHA JAHIT GORDEN
DI KABUPATEN BARRU (ANALISIS ETIKA
BISNIS ISLAM)

Instrument Peneitian

- 1) Sudah berapa lama anda menjalankan usaha jahit gorden ini ?
- 2) Mengapa anda lebih memilih usaha jahit gorden ?
- 3) Bagaimana pemilihan tempat pemasaran untuk usaha ini ?
- 4) Bagaimana daya saing pemasaran yang anda lakukan ?
- 5) Bagaimana cara anda menghadapi persaingan dengan penjahit gorden lainnya?
- 6) Bagaimana penetapan harga jual yang anda terapkan ?
- 7) Apakah harga yang di tetapkan dapat berubah-ubah ?
- 8) Apakah anda memperhatikan kualitas barang yang anda berikan kepada konsumen ?
- 9) Siapa yang menjadi target pemasaran anda ?
- 10) Bagaimana respon konsumen terhadap produk anda ?

- 11) Apakah ada kesulitan untuk menghadapi persaingan dengan toko gorden instan ?
- 12) Bagaimana anda menentukan promosi penjualan ?
- 13) Apakah social media mempengaruhi usaha anda ?
- 14) Apa saja pengaruh media social terhadap usaha anda ?



Lampiran 02 :

DATA MENTAH PENELITIAN

- 1) Sudah berapa lama anda menjalankan usaha jahit gorden ini ?
Jawab : “Saya sudah lama menjalankan usaha ini sebenarnya ini usaha urun temurun. Dan Alhamdulillah dapat bertahan sampai kegenerasi saya”.
- 2) Mengapa anda lebih memilih usaha jahit gorden ?
Jawab: “dikarenakan ini usaha sudah ada dari nenek saya dan dari kecil saya sudah di ajari cara menjahit gorden dan teknik penjahitannya juga lumayan gampang untuk dikuasai”.
- 3) Bagaimana pemilihan tempat pemasaran untuk usaha ini ?
Jawaban: “Kalau soal tempat tidak terlalu penting dikarenakan usaha ini bisa di kerjakan di rumah atau kita ambil stan di pasar ajah”.
- 4) Bagaimana daya saing pemasaran yang anda lakukan ?
Jawab: “Kami kalau persoalan pemasaran itu hanya sebatas pemasaran biasa saja, jadi dari mulut kemulut itu pemasaran yang paling utama, lebih kepada kualitas yang kami jual walaupun itu juga kurang kuat sebenarnya”
- 5) Bagaimana cara anda menghadapi persaingan dengan penjahit gorden lainnya?
Jawab: “Yang pertama kita [erhatikan itu kualitas produk kami apakahsesua dengan keinginan pelnggan, terus dari ketepatan waktu pengerjaannya”.
- 6) Bagaimana penetapan harga jual yang anda terapkan ?
Jawab: “kalau soal penetapan harganya kita ukur dari kualitas kain dan model nayng di inginkan oleh pelanggan sehingga kita dapat menetapkan harga untuk permeternya”.
- 7) Apakah harga yang di tetapkan dapat berubah-ubah ?
Jawab: “Ini di lihat dari bagaimana harga pasar mengenai kainnya saja, misalnya bulan ini harga kain ini naik jadi harga yang kita tawarkan juga naik”.
- 8) Apakah anda memperhatikan kualitas barang yang anda berikan kepada

konsumen ?

Jawab: “kalau masalah kualitas sudah pasti kami mengupayakan agar sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga pelanggan kami puas”.

9) Siapa yang menjadi target pemasaran anda ?

Jawab: “Target kami itu sebenarnya cukup sederhana dikarenakan semua orang bisa jadi target”.

10) Bagaimana respon konsumen terhadap produk anda ?

Jawab: “Responnya cukup bagus”.

11) Apakah ada kesulitan untuk menghadapi persaingan dengan toko gorden instan ?

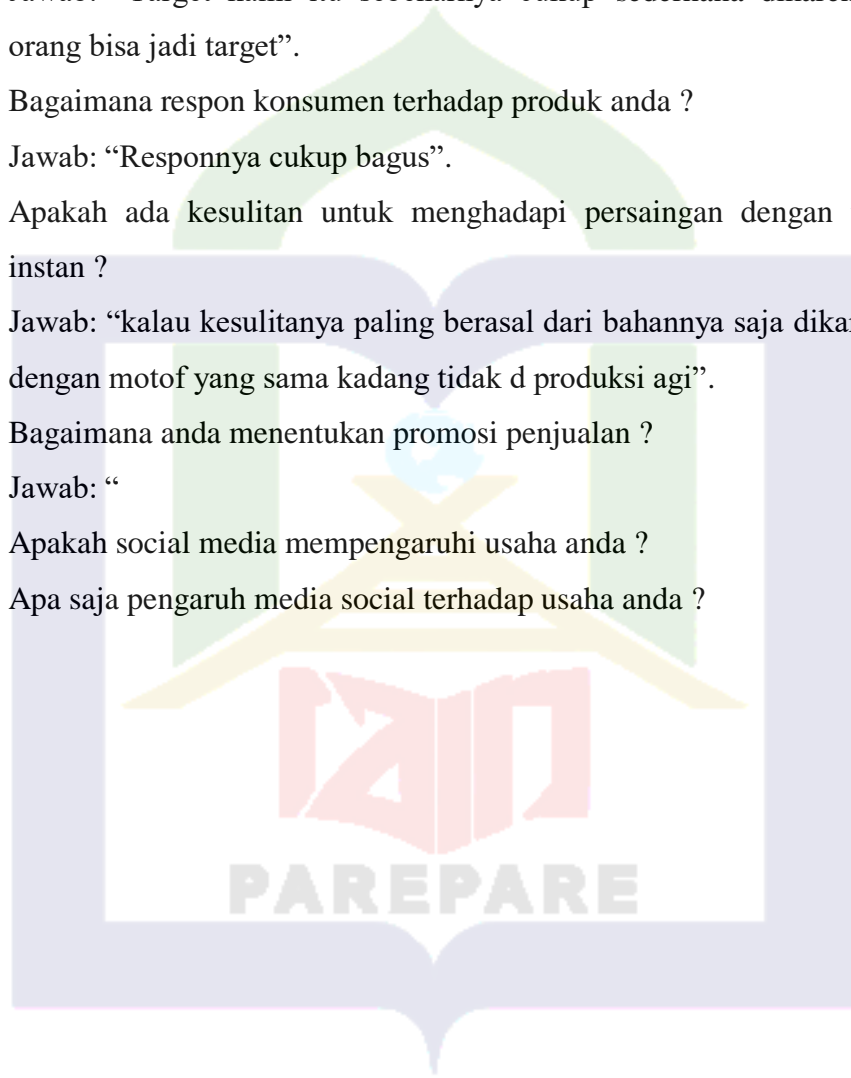
Jawab: “kalau kesulitannya paling berasal dari bahannya saja dikarenakan kain dengan motif yang sama kadang tidak diproduksi lagi”.

12) Bagaimana anda menentukan promosi penjualan ?

Jawab: “

13) Apakah social media mempengaruhi usaha anda ?

14) Apa saja pengaruh media social terhadap usaha anda ?





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

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.46/In.39.8/PP.00.9/01/2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI BARRU
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Di
KABUPATEN BARRU

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : RAHMA FAUZIAH
Tempat/ Tgl. Lahir : BARRU, 09 OKTOBER 1999
NIM : 17.2400.015
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH
Semester : IX (SEMBILAN)
Alamat : GARESSI, DESA GARESSI, KECAMATAN TANETE RILAU, KABUPATEN BARRU

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KABUPATEN BARRU dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PERSAINGAN PELAKU USAHA JAHIT GORDEN DI KABUPATEN BARRU (ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM)

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Januari sampai selesai.

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

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

05 Januari 2022

Dekan,



emil
Hamad Kamal Zubair



PEMERINTAH KABUPATEN BARRU
DINAS PENANAMAN MODAL,
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU DAN TENAGA KERJA
Mal Pelayanan Publik Masiga Lt. 1-3 B. Iskandar Uno Telp. (0427) 21662, Fax (0427) 21430
Jl. Sahid Raya Barru Kab. Barru - email: barro@kemendagri.go.id Kode Pos 90711

Barru, 07 Januari 2022

Nomor
Lampiran
Perihal

012/IP/DPNIP/PTK/L/2022
Izin/Rekomendasi Penelitian

Kepada
Yth.
da-
Tempat

Camat Tanete Rilau Kab. Barru

Berlasaskan Surat dari Dekan Fak. Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN ParePare Nomor B.46 /
In.39.8/PP.00.901/2022 tanggal 05 Januari 2022 perihal tersebut di atas, maka Mahasiswa (i) / Peneliti / Dosen
/ Pegawai di bawah ini:

Nama : RAHMA FAUZIAH
Nomor Pokok : 17.2400.015
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)
Alamat : Garessi Desa Garessi Kec. Tanete Rilau Kab. Barru

Diberikan izin untuk melakukan Penelitian/Pengambilan Data di Wilayah/Kantor Saudara yang
berlangsung mulai tanggal 10 Januari 2022 s/d 02 Februari 2022, dalam rangka penyusunan Skrripsi, dengan
judul:

**PERSAINGAN PELAKU USAHA JAHIT GORDEN DI KABUPATEN BARRU (ANALISIS ETIKA
BISNIS ISLAM)**

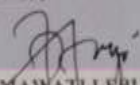
Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan
ketentuan:

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Kepala SKPD (Unit Kerja) / Camat, apabila kegiatan dilaksanakan di SKPD (Unit Kerja) / Kecamatan setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
3. Mentaati semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan (atau) eksemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Barru Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Barru;
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak menaati ketentuan tersebut di atas.

Untuk terlaksananya tugas penelitian tersebut dengan baik dan lancar, diminta kepada Saudara (i) untuk
memberikan bantuan fasilitas seperlunya.

Demikian disampaikan untuk dimahului dan dipergunakan seperlunya.

a.n. Kepala Dinas,
Kabid. Penyelenggaraan Pelayanan
Perizinan,


FATMAWATI LEBU, SE
Pangkat : Pembina, IV/a
NIP. 19720910 199803 2 008

TEMBUSAN : disampaikan Kepada Yth.

1. Bupati Barru (sebagai laporan);
2. Kepala Bappeda Kab. Barru;
3. Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN ParePare;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Peringgal.



PEMERINTAH KABUPATEN BARRU
KECAMATAN TANETE RILAU

Alamat : Jl. K. H. Maulana No. 57 Telp.(0427)322441 Kode Pos 90761

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 070 / / TRL / II / 2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AKMALUDDIN, S.STP, M.SI
Jabatan : Camat Tanete Rilau
Alamat : Jl. KH. Maulana Kec. Tanete Rilau Kab. Barru

Menerangkan bahwa :

Nama : RAHMA FAUZIAH
Nomor Pokok : 17.2400.015
Program Study : Ekonomi Syariah
Pekerjaan : Mahasiswa S1
Alamat : Garessi Desa Garessi Kec. Tanete Rilau Kab. Barru
Judul Penelitian : PERSAINGAN PELAKU USAHA JAHIT GORDEN DI KABUPATEN BARRU (ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM)

Telah melaksanakan penelitian / pengambilan data dalam lingkup wilayah Kecamatan Tanete Rilau Kabupaten Barru mulai tanggal 10 Januari s/d 02 Februari 2022.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tanete Rilau, 11 Februari 2022

Camat Tanete Rilau



AKMALUDDIN, S.STP, M.SI

Paraf: Pembina

NIP. 19820228 200012 1 001

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Jamaliah

Alamat : Pekkae

Jenis Kelamin :

Pekerjaan : Perijaktur

Menerangkan Bahwa

Nama : Rahma Fauziah


NIM : 17.2400.015

Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Persaingan Pekalu Usaha Gorden di Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam)".

Demikian surat keterangan ini di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Barru, 15 Januari, 2022


JAMALIAH

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nur Lina
Alamat : Geresi
Jenis Kelamin :
Pekerjaan : Perjahir

Menerangkan Bahwa

Nama : Rahma Fauziah
NIM : 17.2400.015
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Persaingan Pekalu Usaha Gorden di Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam)".

Demikian surat keterangan ini di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Barru, 15 Januari, 2022



NUR LINA

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : *Cenang*
Alamat : *Barru*
Jenis Kelamin :
Pekerjaan :

Menerangkan Bahwa

Nama : Rahma Fauziah
NIM : 17.2400.015
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Persaingan Pekalu Usaha Gorden di Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam)".

Demikian surat keterangan ini di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Barru, 22 Januari, 2022



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Yaya
Alamat : Cidabang
Jenis Kelamin :
Pekerjaan :

Menerangkan Bahwa

Nama : Rahma Fauziah
NIM : 17.2400.015
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Persaingan Pelaku Usaha Gorden di Kabupaten Barru (Analisis Etika Bisnis Islam)".

Demikian surat keterangan ini di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Barru, 21 Januari, 2022

Yaya
.....

Lampiran 03:









BIOGRAFI PENULIS



Rahma Fauziah nama panggilan Uci. Lahir di Barru, 09 Oktober 1999. Anak pertama dari empat bersaudara yang lahir dari pasangan Bapak Rizal dan Ibu Nur Hayati. Pendidikan yang di tempuh penulis yaitu SDN 05 Garessi dan lulus tahun 2010, SMP Negeri 03 Tanete Rilau masuk pada tahun 2009 dan lulus tahun 2011, melanjutkan jenjang di MAN 1 Barru dan lulus tahun 2017. Hingga kemudian melanjutkan studi ke jenjang S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan memilih program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam. Hingga tugas akhirnya pada tahun 2022, penulis telah menyelesaikan skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan judul *“Persaingan Pelaku Usaha Jahit Gorden di Kabupaten Barru Analisis Etika Bisnis Islam”*.