

SKRIPSI

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP DAMPAK
PERSAINGAN USAHA PEDAGANG BUAH DI PASAR SENTRAL
PANGKAJENE SIDRAP**



OLEH

NASRUDDIN

NIM: 18.2400.065

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

2023

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP DAMPAK
PERSAINGAN USAHA PEDAGANG BUAH DI PASAR SENTRAL
PANGKAJENE SIDRAP**



OLEH

NASRUDDIN

NIM: 18.2400.065

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

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

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak
Persaingan Usaha Pedagang Buah di Pasar Sentral
Pangkajene Sidrap

Nama Mahasiswa : Nasruddin

NIM : 18.2400.065

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

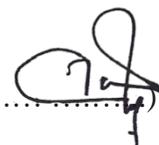
Dasar Penetapan Pembimbing: B.4202/In.39.8/PP.00.9/10/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Arqam Majid, M.Pd.
NIP : 19740329 200212 1 001



Pembimbing Pendamping : Muhammad Majdy Amiruddin, Lc.,MMA.(.....)
NIP : 19880701 201903 1 007



Mengetahui:

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap

Nama Mahasiswa : Nasruddin

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2400.065

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.4202/In.39.8/PP.00.9/10/2021

Tanggal Kelulusan : 13 Februari 2023

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Arqam Majid, M.Pd.	(Ketua)	
Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA.	(Sekretaris)	
Dr. M. Nasri Hamang, M. Ag.	(Anggota)	
An Ras Try Astuti, M. E.	(Anggota)	

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag.

NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

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

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Shalawat serta salam kita kirimkan kepada Nabi Allah swt. Yaitu Nabi Muhammad saw. beserta keluarga-keluarganya, para sahabatnya dan yang mengikuti jejak beliau hingga akhir zaman kelak. Hal ini tentunya tidak lepas dari motivasi serta segala dorongan dan bantuan dari orang-orang disekeliling penulis.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada orang tua penulis Ayahanda Nurdin dan Ibunda Nasirah tercinta, Serta saudara(i) ku yang telah menjadi penyemangat bagi penulis dimana beliaulah yang telah mendidik dan memotivasi penulis dengan kasih sayangnya dalam setiap doa-doanya serta harapan-harapan yang tulus untuk penulis.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Arqam, M.Pd. selaku pembimbing I dan Bapak Muhammad Majdy Amiruddin, Lc.,MMA. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, memberikan arahan, saran dan kritikan dari awal proposal hingga skripsi ini selesai. Atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. sebagai rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola Pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana Pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Umaima, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Rusnaena, M. Ag. selaku dosen Penasehat Akademik.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengajari dan membagi ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan di IAIN Parepare.
6. Bapak dan Ibu Staf dan Admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai berbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
7. Kepada jajaran pegawai perpustakaan IAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi skripsi ini.
8. Terima kasih kepada Ismayanti sudah menjadi *partner* terbaik dalam perjalanan semester akhir ini, mulai dari penyusunan proposal sampai skripsi.
9. Kepada teman-teman seperjuangan penulis di Prodi Ekonomi Syariah khususnya angkatan 2018, serta teman-teman yang ada di organisasi Mahasiswa Islam Sidenreng Rappang Indonesia (MASSIDDI) Kota Parepare khususnya Angkatan 9 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

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

Parepare, 23 Januari 2022

1 Rajab 1444 H

Penulis



Nasrudin

NIM.18.2400.065



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nasruddin
NIM : 18.2400.065
Tempat/Tgl. Lahir : Pangkajene Sidrap, 22 Februari 2001
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak
Persaingan Usaha Pedagang Buah di Pasar
Sentral Pangkajene Sidrap

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

Parepare, 23 Januari 2023

Penyusun



Nasruddin

NIM. 18.2400.065

ABSTRAK

Nasruddin. *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap* (dibimbing oleh Arqam Majid dan Muhammad Majdy Amiruddin)

Salah satu bentuk bisnis yang sudah sangat melekat dalam kehidupan masyarakat pada saat ini ialah berdagang. Berdagang adalah salah satu jenis usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, berdagang juga merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Salah satu tempat berlangsungnya kegiatan dagang adalah pasar. Adapun pasar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pasar sentral Pangkajene Sidrap yang terletak di Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidrap, Provinsi Sulawesi Selatan, yang terdapat banyak pedagang salah satunya pedagang buah. Banyaknya pesaing pedagang buah menjadikan para pedagang buah berlomba-lomba meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produknya serta meningkatkan kemampuan menjualnya. Dengan banyaknya pedagang buah akan memberikan dampak kepada pedagang itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha pedagang buah di pasar Sentral Pangkajene Sidrap.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang datanya diperoleh dari observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi. Adapun Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data (*data display*), dan penarikan/verifikasi kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini yaitu: (1) Unsur persaingan usaha yang dilakukan pada pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap dalam menghadapi persaingan usaha diantaranya, pihak yang bersaing pada penelitian ini merupakan pedagang buah, adapun cara bersaing yang mereka gunakan adalah bersaing secara sehat dan tidak saling menjatuhkan sesama pedagang buah, dan produk yang dipersaingkan berupa buah-buahan. (2) Dampak persaingan usaha yang terjadi pada pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, adanya dampak negatif yakni kurangnya konsumen dan menurunnya pendapatan dan kesulitan mendapatkan konsumen bagi pedagang baru. (3) Tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, hal yang dipersaingkan yakni persaingan kualitas pelayanan dan persainagan kualitas produk dan sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis islam.

Kata kunci: Persaingan Usaha, Dampak, Etika Bisnis Islam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
1. Teoritis.....	6
2. Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan	7
B. Tinjauan Teori.....	10
1. Persaingan Usaha.....	10
2. Pasar.....	15
3. Konsep Pedagang	19
4. Konsep Perilaku Pedagang.....	21
5. Konsep Jual Beli.....	23
6. Teori Dampak.....	24

7. Etika Bisnis Islam.....	26
C. Kerangka Konseptual.....	33
D. Kerangka Pikir	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
C. Fokus Penelitian	37
D. Jenis dan Sumber Data.....	37
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	37
F. Uji Keabsahan Data.....	40
G. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Unsur Persaingan Usaha Pedagang Buah di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap	43
B. Dampak Persaingan Usaha Yang Terjadi Pada Pedagang Buah di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap.....	53
C. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Buah di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap.....	60
BAB V PENUTUP	74
A. Simpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN	79
PEDOMAN WAWANCARA	83
BIODATA PENULIS	96

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	36



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.1	Nama pedagang buah	46
4.2	Data wawancara mengenai segi cara bersaing pedagang buah	48
4.3	Objek (barang atau jasa) yang dipersaingkan	50
4.4	Data wawancara mengenai dampak persaingan usaha	57
4.5	Data wawancara mengenai prinsip etika bisnis islam dalam berdagang	63



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Izin Penelitian Dari IAIN Parepare	80
2	Surat Izin Penelitian Dari Kantor Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu	81
3	Surat Keterangan Selesai Meneliti Dari Pasar Sentral Pangkajene Sidrap	82
4	Instrumen Penelitian	83
5	Surat Keterangan Wawancara	85
6	Dokumentasi	93
7	Biodata Penulis	95

PEDOMAN TRANSLITERASI

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 Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ŝa	Ŝ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Źal	Ź	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	Ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
هـ	ha	H	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

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

2. Vokal

- a. Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	<i>fathah dan yá'</i>	A	a dan i
أَوْ	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *ḥaula*

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
تَا أَيَّ	<i>fathah dan alif dan yá'</i>	Ā	a dan garis di atas
يَّ	<i>kasrah dan yá'</i>	Î	i dan garis di atas

وُ	dammah dan wau	û	u dan garis di atas
----	----------------	---	---------------------

Contoh :

مَاتَ	: māta
رَمَى	: ramā
قِيلَ	: qīla
يَمُوتُ	: yamūtu

4. *Tā' Marbutah*

Transliterasi untuk *tā' marbutah* ada dua, yaitu:

- tā' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].
- tāmarbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

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

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	: raūḍah al-jannah atau raūḍatul 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	:	<i>Najjainā</i>
الْحَقُّ	:	<i>al-haqq</i>
الْحَجُّ	:	<i>al-hajj</i>
نُعِمُّ	:	<i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	:	<i>'aduwwun</i>

Jika huruf ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (حِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi (î).

عَلِيٌّ	:	'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
عَرَبِيٌّ	:	'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

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

Contoh :

الشَّمْسُ	:	<i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	:	<i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
الْفَلْسَفَةُ	:	<i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	:	<i>al-bilādu</i>

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'muruna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *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 perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata Al-Qur'an (dari *Qur'an*), *Sunnah*, *alhamdulillah*, dan *munaqasyah*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian kosa kata Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh :

Fī ḡilāl al-qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

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

9. Lafz al-jalalah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh :

دِينُ اللَّهِ : *dīnullah*

بِاللَّهِ : *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh :

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenal ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan 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

Al-Gazali

Al-Munqiz min al-Dalal

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

Contoh :

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

Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

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

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah :

swt.	:	<i>subḥānahū wa ta'āla</i>
saw.	:	<i>ṣhallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	:	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	:	Hijrah
M	:	Masehi
SM	:	Sebelum Masehi
l.	:	Lahir tahun (untuk tahun yang masih hidup saja)
w.	:	Wafat tahun
QS /	:	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/..., ayat 4
HR	:	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

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

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

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor).
Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*).

Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama pengarangnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia 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.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha atau bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi mempunyai peranan yang penting dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu, sosial, regional, nasional maupun internasional. Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan.¹ Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan baik dari pihak konsumen maupun siapa saja yang terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut.

Dalam Al-Qur'an menjelaskan istilah bisnis adalah al-tijarah dan dalam bahasa arab tijaraha, berawal dari kata dasar tajara, tajranwatijarata, yang bermakna berdagang atau berniaga. Salah satu tempat berlangsungnya kegiatan usaha atau bisnis ini adalah pasar. Pasar merupakan tempat penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan suatu transaksi yang memuat adanya permintaan serta penawaran hingga terbentuklah suatu harga yang memberikan keuntungan bagi penjual dan tidak merugikan pembeli.²

Dapat kita lihat pada saat ini dunia bisnis dapat berkembang begitu cepat, ditambah lagi dengan adanya kegiatan bisnis khususnya dalam bidang pemasaran yang terus meningkat. Persaingan dalam dunia bisnis saat ini juga

¹ Mifnatul Mukharomah & Mei Santi, *Etika Pelayanan Usaha Food Court Perspektif Ekonomi Islam*, (Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 08, No.01, 2021), h. 42.

²Ain Rahmi, *Mekanisme Pasar Dalam Islam*, (Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol 4, No 2, 2015), h. 178.

semakin kuat, sehingga para pelaku bisnis akan mencari strategi-strategi yang tepat agar dapat memasarkan produknya untuk memaksimalkan pendapatan. Pemasaran juga memiliki peranan yang sangat penting bagi para pelaku bisnis.

Salah satu bentuk bisnis yang sudah sangat melekat dalam kehidupan masyarakat pada saat ini ialah berdagang. Berdagang adalah salah satu jenis usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam memenuhi kehidupan hidupnya, berdagang juga merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Rasulullah saw, telah menyatakan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang. Artinya melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka, sehingga karunia Allah swt. dapat terpancar kepadanya.

Perdagangan merupakan hal yang paling lazim kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam perekonomian karena perdagangan merupakan salah satu bidang dalam memajukan sebuah perekonomian negara di sektor perdagangan. Banyak orang yang mencari nafkah dengan melakukan pekerjaan pada sektor perdagangan. Berdagang menjadi satu pilihan sederhana bagi pelaku usaha untuk mencari nafkah. Dimulai dari modal yang relatif kecil disertai dengan keahlian dalam melakukan perdagangan sehingga dapat memenuhi kebutuhan mereka.³

Dalam bisnis, tidak hanya menyangkut hubungan antara pedagang dengan pedagang, tetapi mempunyai kaitan secara nasional bahkan internasional perlu pembicaraan yang transparan antara semua pihak, baik pengusaha, yang

³ Ira Puspitasari, *Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)*, (Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol.3, No.1, 2019), h. 40.

menjalankan etika. Maka dunia bisnis dapat di pahami jika masyarakat secara umum, terutama pada pelaku bisnis atau pedagang agak sulit mengerti antara bisnis dengan etika, karena merupakan sebuah kontradiktif. Akan tetapi, pada kenyataannya pelaku bisnis atau institusi bisnis yang tidak melakukan kegiatannya sesuai norma aturan.⁴ Dalam menciptakan etika bisnis ada beberapa hal yang perlu di perhatikan antara lain yaitu, pengendalian diri, pengembangan tanggung jawab sosial dan menciptakan persaingan yang sehat.

Persaingan bisnis dianggap sebagai kekuatan pasar, namun tidak sedikit persaingan yang terjadi di antara pebisnis berubah menjadi rivalitas.⁵ Rivalitas dipicu oleh persaingan dan kekuatan jaringan dalam bisnis seperti jaringan keluarga, investor, sponsor, dan pemerintah. Oleh sebab itu, etika bisnis diperlukan untuk mengatasi rivalitas yang cenderung bersifat paradoks. Sisi negatif dari persaingan usaha direduksi dengan etika yang sesuai dengan kultur Islam.⁶ Di dalam kultur Islam, etika bisnis tidak hanya berkaitan dengan taqwa, halal, dan haram, tetapi juga tentang pengetahuan pengusaha, inovasi dan pengambilan risiko, penggunaan sumber daya yang tepat, serta pembiayaan yang sesuai perspektif Islam.⁷

Persaingan usaha dikalangan pedagang buah di pasar sentral pangkajene sidrap sangat diperlukan bagi semua pelaku usaha dalam meningkatkan sebuah

⁴ Agus Ariyanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 4.

⁵ Christopher J Medlin and Chris Ellegaard, "Conceptualizing Competition and Rivalry in a Networking Business Market," *Industrial Marketing Management* (2015),h. 131.

⁶ Gillian Rice, "Islamic Ethics and the Implications for Business," *Journal of Business Ethics* (1999), h. 345.

⁷ Veland Ramadani et al., "The Context of Islamic Entrepreneurship and Business: Concept, Principles and Perspectives," *International Journal of Business and Globalisation* (2015), h. 244.

usaha itu sendiri serta untuk menjaga eksistensi dalam membangun sebuah usaha. Dengan ini para pelaku usaha diminta untuk lebih memutar otak dari segi strategi pemasaran agar upaya yang dilakukan akan terus berkembang dan tetap berjalan dengan lancar sehingga produknya laris dilapangan. Serta sebagai titik acuan dalam sebuah usaha itu sendiri dan dapat juga menjadi tolak ukur untuk para pelaku usaha tersebut sudah lebih baik dari pelaku persaingan usaha lainnya. Namun demikian dalam melakukan persaingan usaha, pelaku usaha harus tetap memperhatikan persaingan yang sehat dan tidak merugikan pihak lain.

Salah satu tempat yang sering terjadi kegiatan perdagangan dan persaingan usaha adalah pasar. Pasar mendapatkan peranan penting dalam memajukan sektor perekonomian di negara, namun banyak pedagang yang ditemukan masih mengabaikan etika bisnis islam dalam menjalankan usahanya untuk mencapai sebuah keuntungan dengan menghalalkan berbagai cara. Maka dari itu, dalam menjalankan aktivitas usaha dalam berdagang tentu pelaku usaha tidak akan lepas dari etika, pedagang dituntut untuk memahami etika bisnis islam dan cara mempraktekannya. Dengan menerapkan etika bisnis islam akan memberikan jalan bagi setiap manusia untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

Pasar Sentral Pangkajene merupakan salah satu pasar yang berada di kabupaten sidrap. Pasar sentral pangkajene sendiri terletak di tengah-tengah kota Pangkajene Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Pasar sentral pangkajene sangat membantu perekonomian masyarakat khususnya di kabupaten sidrap itu sendiri. Selain sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, pasar sentral pangkajene juga memudahkan masyarakat dalam

memenuhi kebutuhan sehari-hari karena jarak yang begitu gampang ditempuh oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Di pasar sentral Pangkajene terdapat beberapa pelaku bisnis khususnya pedagang buah. Hal ini secara tidak langsung menimbulkan persaingan usaha yang cukup ketat khususnya dikalangan pedagang buah baik dari segi tempat, produk, harga, maupun pelayanan. Namun dari beberapa pedagang tidak sedikit yang masih terbiasa dengan praktik bisnis konvensional yang sering mereka gunakan selama ini. Sehingga perlu merubah bentuk perdagangan yang islami dengan ilmu pengetahuan agama yang memadai bagi pedagang. Tanpa hal tersebut mustahil bagi para pelaku pedagang buah dapat mengimplementasikan prinsip etika bisnis islam. Karena pedagang akan selalu mengedepankan keuntungan yang jauh lebih besar dibandingkan dengan resiko kerugian yang akan dialaminya. Hal ini dapat menimbulkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan pedagang buah dengan melakukan aktivitas tidak sesuai dengan etika bisnis islam seperti penipuan, tidak jujur, dan kualitas yang kurang bagus dapat merugikan beberapa pihak. Hal tersebut dikarenakan rendahnya tingkat pengetahuan pedagang buah di pasar sentral pangkajene terhadap etika bisnis islam, dan masyarakat juga rata-rata masih belum mengetahui bagaimana aktivitas yang dilakukan oleh pedagang buah di pasar sentral pangkajene baik dari segi harga, kualitas produk, pelayanan serta takaran yang baik dan benar. Berdasarkan penjelasan dan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penyusunan skripsi dengan judul **“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah Di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana unsur dalam persaingan usaha yang terjadi pada pedagang buah di pasar Sentral Pangkajene Sidrap?
2. Bagaimana dampak persaingan usaha yang terjadi pada pedagang buah di pasar Sentral Pangkajene Sidrap?
3. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha pedagang buah di pasar Sentral Pangkajene Sidrap?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menggambarkan unsur dalam persaingan usaha terhadap pedagang buah di pasar Sentral Pangkajene Sidrap.
2. Untuk mendeskripsikan dampak persaingan usaha yang terjadi pada pedagang buah di pasar Sentral Pangkajene Sidrap.
3. Untuk menganalisis etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha pedagang buah di pasar Sentral Pangkajene Sidrap.

D. Kegunaan Penelitian**1. Teoritis**

Diharapkan dapat dipergunakan sebagai masukan dari sumber referensi terutama bagi para mahasiswa dan peneliti yang ingin mengembangkan dan mewujudkan dinamisasi persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam.

2. Praktis

1. Diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru kepada para pedagang untuk menentukan dan mempertimbangkan secara baik-baik terkait strategi bersaing yang sesuai dengan etika bisnis Islam.
2. Diharapkan bagi para pedagang lebih memahami mekanisme persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian terdahulu dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang hubungan topik yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya sehingga tidak terjadi pengulangan dan diharapkan mampu memberikan informasi atau ide terkait hal yang akan diteliti. Terkait dengan pembahasan mengenai Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah Di Pasar Sental Pangkajene Sidrap dan sepanjang penelusuran referensi, peneliti menemukan beberapa penelitian yang sejenis tetapi memiliki objek kajian yang berbeda.

Skripsi yang ditulis oleh Sisi Landika pada tahun 2021 dengan judul "Perilaku Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam Pada Pengusaha Muslim di Sungai Kambang Kota Jambi". Masalah yang diangkat adalah bentuk persaingan usaha dan tinjauan etika bisnis Islam antara pengusaha muslim di Sungai Kambang Kota Jambi. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pedagang muslim selalu mengutamakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan dan selalu bersikap jujur kepada pembelinya, menyediakan barang langsung agar pembeli dapat melihat langsung barang yang akan dibelinya, dan selalu mengutamakan kepentingan ibadah dengan selalu menutup tokonya pada waktu shalat.⁸

⁸ Sisi Landika, "Perilaku Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam Pada Pengusaha Muslim di Sungai Kambang Kota Jambi", (Skripsi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021), h. 60-62.

Perbedaannya dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada lokasi dan bidang kajiannya. Lokasi dalam penelitian ini adalah di Sungai Kambang ota jambi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti berada di pasar sentral pangkajene Sidrap. Perbedaan yang lain adalah dilihat dari bidang kajiannya, jika penelitian yang sudah ada mengetahui perilaku persaingan usaha dan bentuk persaingan usaha sedangkan peneliti akan meneliti tentang dampak persaingan usaha pedagang buah.

Penelitian selanjutnya yang ditulis oleh Hendik Agus Kurniawan pada tahun 2021 dengan judul "Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada pasar Tradisional Pagesangeng Kecamatan Jambangan, surabaya)". Masalah yang diangkat adalah bentuk persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangeng Kecamatan Jambangan Surabaya tinjauan etika bisnis islam terhadap praktik persaingan usaha. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa persaingan usaha pedagang sembako yang terjadi di pasar tradisional meliputi empat objek yang dipersaingkan yang pertama persaingan dari segi produk, harga, tempat, dan segi pelayanan dan para pedagang sembako di pasar tradisional pagesangan menjalankan suatu persaingan usaha yang sehat dan tetap mentaati segala ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah swt.⁹

Perbedaannya dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada lokasi dan bidang kajiannya. Lokasi dalam penelitian ini adalah di Pasar Tradisional Pagesangeng Kecamatan Jambangan, Surabaya,

⁹ Hendik Agus Kurniawan, "Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada pasar Tradisional Pagesangeng Kecamatan Jambangan, surabaya)", (Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021), h. 116-117.

sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti berada di pasar sentral pangkajene Sidrap. Perbedaan yang lain adalah dilihat dari bidang kajiannya, jika penelitian yang sudah ada mengetahui bentuk persaingan usaha sedangkan peneliti akan meneliti tentang dampak persaingan usaha pedagang buah.

Selanjutnya Skripsi yang ditulis oleh Sakaria pada tahun 2020 dengan judul "Perilaku Pedagang Buah-Buahan di Pasar Pekkabata Terhadap Konsumen (Perspektif Etika Bisnis Islam)". Masalah yang diangkat adalah analisis etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang buah-buahan di pasar Pekkabata. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa perilaku yang dilakukan pedagang tersebut kurang tepat, seharusnya pedagang tersebut lebih mendahulukan kewajiban kemudian melakukan transaksi jual beli. Perilaku yang dilakukan oleh pedagang tersebut terbilang lalai dalam menjalankan kewajiban. Seharusnya segera melaksanakan kewajiban shalat karena keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan dunia.¹⁰

Perbedaannya dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada lokasi dan bidang kajiannya. Lokasi dalam penelitian ini adalah di Pasar Pekkabata sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti berada di pasar sentral pangkajene Sidrap. Perbedaan yang lain adalah dilihat dari bidang kajiannya, jika penelitian yang sudah ada mengetahui perilaku pedagang buah di pasar pekkabata sedangkan peneliti akan meneliti tentang dampak persaingan usaha pedagang buah.

¹⁰ Sakaria, "Perilaku Pedagang Buah-Buahan di Pasar Pekkabata Terhadap Konsumen (Perspektif Etika Bisnis Islam)", (Skripsi Sarjana; IAIN Parepare, 2020), h, 47.

B. Tinjauan Teori

Penelitian ini akan menggunakan suatu bangunan kerangka teoritis atau konsep-konsep yang menjadi *grand* teori dalam menganalisis permasalahan yang akan diteliti atau untuk menjawab permasalahan penelitian yang telah dibangun sebelumnya. Adapun tinjauan teori yang digunakan adalah:

1. Persaingan Usaha

Persaingan dalam kegiatan usaha senafas dengan kegiatan usaha itu sendiri. Pada prinsipnya, setiap orang berhak menjual atau membeli barang atau jasa “apa”, “dengan siapa”, “berapa banyak”, serta “bagaimana cara” produksi, inilah apa yang disebut dengan ekonomi pasar. Sejalan dengan itu, perilaku dan struktur pasar terkadang tidak dapat diprediksi, sehingga tidak jarang pelaku usaha menimbulkan kecurangan, pembatasan yang menyebabkan sebagian atau beberapa pelaku usaha merugi bahkan mati. Secara makro, saat ini kecenderungan banyak negara menganut pasar bebas.¹¹

Seiring dengan semakin banyaknya pengusaha yang ada sekarang ini, maka para pengusaha saling mempertahankan eksistensi dan pengaruhnya terhadap konsumen. Sehingga terciptalah persaingan usaha antar sesama pengusaha. Semakin banyak pengusaha yang terjun dan bersaing dalam suatu produk ataupun usaha bisnis tertentu akan semakin mempengaruhi tingkat persaingan yang terjadi.¹² Persaingan harga yang pada umumnya tidak disenangi para pengusaha karena dengan semakin menurunnya harga jual tentu saja tingkat margin keuntungannya juga akan semakin kecil. Bahkan

¹¹ Amrullah, *Kemenangan Kapitalis dan Demokrasi Liberal*, (Yogyakarta: Qalam, 2004), h. 4.

¹² Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE, 2012), h. 144.

apabila sudah terjadi perang harga yang semakin menghebat maka pengusaha banyak yang berani menjual produknya dengan harga jual di bawah harga pokok atau biaya produksinya.

Persaingan usaha adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.¹³

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis adalah¹⁴

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. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan yang dilakukan hanya untuk memberikan sesuatu

¹³ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 86.

¹⁴ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo, 2009), h. 91.

yang terbaik dari usaha bisnisnya.

2) Segi cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain, seperti rekan bisnis dan pesaing bisnis. Rasulullah Saw., memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut.

3) Objek (Barang atau Jasa) Yang di Persaingkan

Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:

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 gambar porno, minuman keras dan sebagainya untuk sekedar menarik pembeli.¹⁵

d. Pelayanan

Pelayanan yang digunakan yakni melakukan pelayanan yang terbaik dan optimal tanpa membedakan Suku, Golongan, dan Agama. Seperti pelayanan yang ramah, sopan, sabar yang bisa membuat konsumen merasa nyaman dalam membeli.¹⁶

Dalam Q.S. Al-Baqarah/2: 148, Allah berfirman:

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

Terjemahnya:

Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.¹⁷

¹⁵ M. Ismail Yusanto & M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 92.

¹⁶ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo, 2009), h. 25.

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: 2019), h. 30.

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa melakukan persaingan dengan tujuan untuk melakukan kebaikan itu diperbolehkan, selama persaingan tersebut tidak melenceng dari prinsip syariah. Seperti yang telah dianjurkan oleh Rasulullah saw. terdapat beberapa perilaku beliau yang harus kita amalkan dalam melakukan usaha diantaranya yaitu memberikan pelayanan yang baik terhadap pembeli dan senantiasa bersikap jujur jika ada kecacatan pada barang dagangannya.

Rasulullah saw. dalam berusaha selalu meyakini sebagai ibadah, dengan keyakinan bahwa apapun yang dikerjakan hanya semata-mata melakukan ibadah dan berusaha keras sebaik mungkin dengan penuh tawakkal mengharapkan ridha-nya, maka semangat akan timbul dari dalam diri sendiri dalam menjalankannya. Allah swt. menyerukan setiap manusia untuk bekerja dengan sungguh-sungguh agar lebih memahami dan menghargai waktu dengan aktifitas yang bernilai ibadah.¹⁸

Dalam aktivitas bisnis dapat dipastikan terjadi persaingan diantara pelaku usaha. Pelaku usaha akan berusaha menciptakan, mengemas, serta memasarkan produk yang dimiliki baik barang atau jasa sebaik mungkin agar diminati dan dibeli oleh konsumen. Persaingan dalam usaha dapat berimplikasi positif, sebaliknya dapat menjadi negatif jika dijalankan dengan perilaku negatif dan sistem ekonomi yang menyebabkan tidak kompetitif.

Dari sisi manfaat, persaingan dalam dunia usaha, adalah cara yang efektif untuk mencapai pendayagunaan sumber daya secara optimal. Dengan

¹⁸ Didi Sukardi, Slamet Firdaus, dkk, *Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Industri Tape Ketan Cibeureum*, (Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam, Vol. 03, No.02, 2018), h. 37.

adanya rivalitas akan cenderung menekan ongkos-ongkos produksi sehingga harga menjadi lebih rendah serta kualitasnya semakin meningkat. Bahkan lebih dari itu persaingan dapat menjadi landasan fundamental bagi kinerja di atas rata-rata untuk jangka panjang dan dinamakannya keunggulan bersaing yang lestari (*sustainable competitive advantage*) yang dapat diperoleh melalui tiga strategi generik, yakni keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus biaya.¹⁹

Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur dapat dilihat dari cara pelaku usaha dalam bersaing dengan pelaku usaha lain. Misalnya, dalam persaingan tender, para pelaku usaha telah melakukan konspirasi usaha dengan panitia lelang untuk dapat memenangkan sebuah tender. Sehingga pelaku usaha lainnya tidak mendapatkan kesempatan untuk memenangkan tender tersebut.²⁰

2. Pasar

Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Atau dengan bahasa lain pasar adalah tempat dimana antara penjual dan pembeli bertemu dan melakukan transaksi jual beli barang dan atau jasa. Dalam pasar, penjual dan pembeli dapat merealisasikan segala keinginannya dalam melakukan transaksi atas barang dan jasa. Selain itu, ada faktor lain yang mendorong terbentuknya pasar. Meraih keuntungan (profit) merupakan faktor dominan bagi terbentuknya mekanisme pasar, seperti halnya investasi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi dalam mewujudkan

¹⁹ Johny Ibrahim, *Hukum Persaingan Usaha*, (Malang: Bayu Media, 2006), h. 102-103.

²⁰ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h. 17-18.

kesejahteraan hidup manusia. Pasar merupakan bagian penting dalam kehidupan seorang Muslim. Pasar dapat dijadikan sebagai katalisator hubungan transendental antara Muslim dengan Tuhannya. Dengan kata lain, bertransaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang Muslim dalam kehidupan ekonomi.²¹

Adapun bentuk pasar dapat dilihat dari sisi penjual dan sisi konsumen. Dari sisi penjual, pasar dapat dibedakan atas berikut:

1) Pasar Persaingan Sempurna

Pada pasar persaingan sempurna, aktivitas persaingannya tidaklah nampak karena tidak terbatasnya jumlah produsen (sehingga pangsa pasar mereka menjadi terkotak-kotak atau kecil-kecil) dan konsumen dapat menjual atau berapa saja tanpa ada batas asal bersedia membeli atau menjual pada harga pasar.

2) Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah bentuk pasar yang dikuasai oleh satu penjual saja. Dalam hal ini tidak ada barang substitusi terhadap barang yang dijual oleh penjual tunggal, serta terdapat hambatan untuk masuknya pesaing dari luar.

3) Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli merupakan perluasan dari pasar monopoli. Dalam menentukan tingkat harga, karena pengaruh dari pesaing sangat terasa, tindakan atau aktivitas pesaing perlu dimasukkan dalam perhitungan.

²¹ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), h. 87.

4) Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar ini merupakan bentuk campuran antara persaingan sempurna dengan monopoli. Ini karena ada kebebasan bagi perusahaan untuk masuk-keluar pasar, selain itu, barang yang dijual pun tidak homogen. Oleh karena barang-barang yang heterogen itu dimiliki oleh beberapa perusahaan besar saja, pasar ini mirip dengan monopoli.²²

Sedangkan jika dilihat dari sisi konsumen, pasar dapat dibedakan menjadi sebagai berikut:

1) Pasar Konsumen

Pasar konsumen merupakan sekelompok pembeli yang membeli barang-barang untuk dikonsumsi, bukannya dijual atau diproses lebih lanjut. Termasuk dalam pasar konsumen ini adalah pembeli-pembeli individual atau pembeli rumah tangga (non-bisnis). Barang yang dibeli adalah barang konsumsi.

2) Pasar Industri

Pasar industri adalah pasar yang terdiri atas individu dan lembaga atau organisasi yang membeli barang-barang untuk dipakai lagi, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam memproduksi barang lain yang kemudian dijual. Barang yang dibeli adalah barang industri.

3) Pasar Penjual Kembali (Reseller)

Pasar reseller adalah suatu pasar yang terdiri dari individu-individu dan organisasi yang membeli barang-barang dengan maksud untuk dijual kembali atau disewakan agar mendapat laba.

²² Husein Umar, *Studi kelayakan Bisnis*, (Jakarta, Gramedia, 1997). h,39

4) Pasar Pemerintah

Pasar pemerintah adalah pasar dimana terdapat lembaga lembaga pemerintah, seperti departemen-departemen, direktorat, kantor-kantor dinas, dan instansi lain yang membeli atau menyewa barang atau jasa untuk menjalankan tugas-tugas pemerintah.²³

Pasar menjadi rentan dengan sejumlah kecurangan dan juga perbuatan ketidakadilan yang mendzalimi pihak lain, oleh karena itu pasar tidak terlepas dengan sejumlah aturan syariat yang antara lain terkait dengan pembentukan harga dan terjadinya transaksi di pasar. Dalam istilah lain, dapat disebut sebagai mekanisme pasar menurut Islam dan intervensi pemerintah dalam pengendalian harga. Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut:

a. *Ar-Ridha*

Ar-Ridha yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak.

b. Persaingan sehat

Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (*ihthikar*) atau monopoli. Monopoli dapat diartikan, setiap barang yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.

c. Kejujuran

Kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam. Islam melarang tegas melakukan kebohongan atau penipuan dalam bentuk

²³ Basu Swastha & Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta, Liberty, 2001), h, 191-192.

apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas.

d. Keterbukaan serta keadilan

Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.²⁴

Praktik-praktik dalam mengintervensi harga adalah perbuatan yang terlarang. Selain melarang adanya intervensi harga, ada beberapa larangan yang diberlakukan Rasulullah saw untuk menjaga agar seseorang tidak dapat melambungkan harga seenaknya, seperti larangan menukar kualitas mutu barang dengan kualitas rendah dengan harga yang sama serta mengurangi timbangan barang dagangan.

3. Konsep Pedagang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dagang merupakan pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan.²⁵ Dagang adalah salah satu bentuk bisnis, dimana definisi umum dari istilah bisnis adalah suatu entitas ekonomi yang diselenggarakan dengan tujuan bersifat ekonomi dan sosial. Pedagang yaitu seseorang yang melakukan jual beli. Pedagang adalah bagian dari bisnis yang berjalan sebagai penengah (distribusi) suatu barang yang dihasilkan dari

²⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 268-269.

²⁵ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1993),h 179.

sektor ekonomi, yaitu sektor pertanian, sektor industri, dan sektor jasa yang dibutuhkan dan diperlukan oleh manusia atau masyarakat untuk dapat dimanfaatkan oleh konsumen. Secara logis dengan adanya kegiatan ini akan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Sedangkan pola adalah bentuk, model, sikap, tingkah laku dan pertimbangan-pertimbangan.²⁶

Secara defenisi syariah, dagang/perdagangan atau jual beli adalah tukar menukar suatu harta dengan harta sebagai pengalihan pemilikan melalui jalan saling meridhoi. Defenisi ini mengandung pengertian yang mencakup segala bentuk tukar-menukar, baik barang dengan barang (barter), barang dengan uang (perdagangan dengan alat tukar), ataupun uang dengan uang (pertukaran mata uang). Perdagangan dalam Islam tidak hanya ingin memperoleh keuntungan yang besar, melainkan juga keberkahan. Keberkahan usaha merupakan kemantapan dari sebuah usaha, yaitu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah SWT.

Sistem Ekonomi Islam tegak di atas prinsip sepuluh, sebagai berikut : Pertama, menganggap bahwa harta yang baik adalah pilar kehidupan hingga harus dijaga. Kedua, mengharuskan bekerja bagi setiap orang yang mampu. Ketiga, menyingkap sumber-sumber kekayaan alam dan keharusan memanfaatkannya. Keempat, mengharamkan bentuk mata pencaharian yang mungkar. Kelima, mendekatkan antara berbagai kelas ekonomi, untuk memberantas kekayaan yang keji dan kemiskinan yang sengsara. Keenam, menghormati harta dan kepemilikan. Ketujuh, mengelola Interaksi ekonomi

²⁶ Novalia Fajar Mahanani Suko, *Pola Pedagang Di Pasar Bandar Kota Kediri Dalam Menentukan Harga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*, (Skripsi: STAIN Kediri, 2010), h. 43.

dan manajemen persoalan keuangan secara detail. Kedelapan, membangun iklim saling menanggung secara sosial. Kesembilan, menegaskan tanggung jawab Negara dalam memelihara sistem ini. Kesepuluh, melarang pemborosan.²⁷

4. Konsep Perilaku Pedagang

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral-moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi, harus merujuk pada norma-norma moral yang terdapat pada masyarakat.²⁸ Perilaku dapat dipengaruhi oleh sikap, sikap sendiri akan dibentuk oleh sistem pengetahuan yang dimiliki oleh manusia. Maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan apapun yang dilakukan oleh manusia akan dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaan.

Adapun pengertian dari perilaku pedagang adalah Tindakan atau aktivitas dari pedagang itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain; berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Sedangkan perilaku pedagang yang bermakna lebih khusus adalah Tindakan atau aktivitas dari pedagang yang menjual, mengganti dan menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Perilaku pedagang bisa meliputi berbagai aspek kegiatan, diantaranya adalah bagaimana cara berdagang, sikap apa yang ditunjukkan dalam berdagang, dan

²⁷ Abdul Hamid Al-Ghazali, *Meretas Jalan Kebangkitan Islam, Peta Pemikiran Hasan Al-Bana*, alih bahasa Wahid Ahmadi dan Ja siman, (Solo: Era Intermedia, 2001), h. 265.

²⁸ Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2002), h.41.

strategi apa saja yang dilakukan dalam berdagang.²⁹ Pola-pola tersebut tentu akan sangat berkaitan dengan bentuk perilaku yang telah dijelaskan di atas, dan factor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi perilaku dalam berdagang.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang antara lain:

a. Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu.

b. Kualitas barang/produk

Kualitas barang/produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

c. Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang

²⁹Alwi Musa Muzaiyin, *Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*, (Jurnal Qawanin, Vol. 2, No. 1, 2018), h. 23.

penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan saksama. Jangan sekali-kali menginterupsi pembicaraannya.

d. Pembukuan Transaksi

Pembukuan adalah suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi keuangan yang meliputi harta, kewajiban, modal, penghasilan dan biaya, serta jumlah harga perolehan dan penyerahan barang atau jasa, yang ditutup dengan laporan keuangan atau neraca dan laporan laba maupun rugi. Sebagai pedagang diharuskan untuk mencatat setiap transaksi yang dilakukan.³⁰

5. Konsep Jual Beli

Jual beli atau perdagangan dalam istilah fiqh disebut *al-bai'* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Wahbah al-Zuhaili mengartikannya secara Bahasa dengan “menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain”. Kata *al-bai'* dalam Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *al-syira'* (beli). Dengan demikian, kata *al-bai'* berarti jual, sekaligus juga berarti beli.³¹

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan

³⁰ Rengga Agnes Wijaya, "Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kamis desa Nanjungan Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan" (Skripsi Sarjana; UIN Bengkulu, 2021), h. 37.

³¹ Abdul Rahman Ghazaly, et al, eds., *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), h. 67.

perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.³² Jual beli menurut ilmu fiqhi yaitu saling menukar harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.³³ Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah sebuah proses pertukaran barang yang mempunyai nilai antara penjual dan pembeli atas dasar suka sama suka dan tidak bertentangan syariat islam.

6. Teori Dampak

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif.³⁴ Persaingan mempunyai dampak positif dan negatif, yaitu:

1. Dampak Positif

Adapun dampak positif dari kompetisi/ persaingan meliputi:

- a. Terjadinya peningkatan kualitas produk
- b. Lebih terjamin ketersediaan produk
- c. Meningkatnya kualitas sumber daya manusia
- d. Terjadinya kewajaran harga karena efisiensi
- e. Meningkatkan kualitas
- f. Meningkatnya teknologi

³² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 68.

³³ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), h. 111.

³⁴ Suharno dan Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Semarang:Widya Karya) , h.

Dampak positif dari persaingan adalah bahwa pelaku usaha menekan harga menjadi lebih rendah dengan cara melakukan efisiensi dan formula lainnya supaya pelaku usaha tersebut dapat menarik lebih banyak konsumen dibanding pesaingnya, lalu dengan adanya persaingan, pelaku usaha selalu berlomba-lomba untuk inovasi dan menciptakan produk baru demi terus menjaga pangsa pasar. Selanjutnya adalah pelaku usaha terus melakukan pelayanan-pelayanan kepada konsumen lebih baik dibanding pesaing-pesaingnya, semua itu pada akhirnya menguntungkan para konsumen karena selain mendapatkan harga yang rendah, konsumen juga diuntungkan dengan pesatnya perkembangan teknologi dari inovasi yang diciptakan oleh pelaku usaha ditambah pelayanan yang selalu terjaga.

2. Dampak Negatif

Adapun dampak negatif dari kompetisi/ persaingan meliputi:

- a. Kemungkinan terjadinya pelanggaran etika bisnis
- b. Kesulitan tumbuhnya bisnis pemula
- c. Terjadinya perang harga yang merugikan bagi semua pesaing
- d. Dapat menghasilkan bisnis monopoli dalam persaingan liar (*monopoly's rent*).

Dampak negatif dari persaingan adalah persaingan memerlukan biaya-biaya lebih dari kesulitan-kesulitan tertentu yang tidak ada dalam sistem monopoli, persaingan menimbulkan lebih banyak pengorbanan dengan keuntungan yang lebih rendah dibanding dengan monopoli, maka dari itu banyak pelaku usaha yang ingin meniadakan adanya persaingan

karena dengan menghilangkan persaingan memungkinkan pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar.³⁵

7. Etika Bisnis Islam

1. Etika

Sering kali, istilah “etika” dan “moral” dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama, mempunyai arti yang sama.³⁶ Istilah Etika, secara teoritis dapat dibedakan dalam dua hal pengertian. Pertama, etika berasal dari kata Yunani ethos yang artinya kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*). Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain. Kedua, secara terminologis etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Disini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.³⁷

Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang

³⁵ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), h. 9.

³⁶ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 171.

³⁷ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 4-5.

diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain.³⁸

2. Bisnis

Bisnis dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap harinya. Kata “Bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*Business*” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit atau keuntungan. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skupnya - penggunaan singular kata bisnis dapat berwujud pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.³⁹ Bisnis dapat didefinisikan sebagai usaha perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi agar bisa mendapatkan laba dengan cara memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.

³⁸ Agus Ariyanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011), h. 4

³⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.28.

Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi agar tujuan bisnisnya selamat. Selain itu etika bisnis juga dapat diartikan pemikiran tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis yaitu tentang perbuatan baik, buruk teruji tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas, dari perilaku seseorang berbisnis atau bekerja.⁴⁰

Dalam Islam, etika bisnis Islam mengarahkan kaum muslimin untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dibolehkan dan dilarang oleh Allah swt termasuk dalam melaksanakan aktivitas ekonomi. Etika bisnis Islam harus dipahami secara benar sehingga kemungkinan kehancuran bisnis akan kecil dan dengan etika yang benar tidak akan merasa dirugikan dan mungkin masyarakat dapat menerima manfaat yang banyak dari kegiatan jual dan beli yang dilakukan.⁴¹ Jadi etika Bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontrak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Etika untuk berbisnis dengan cara baik dan *fair* dengan menegakkan hukum dan keadilan secara konsisten dan konsekuen setiap ada prinsip-prinsip kebenaran, keadaban dan bermartabat.

a. Karena bisnis tidak hanya bertujuan untuk profit melainkan perlu mempertimbangkan nilai-nilai manusiawi, apabila tidak akan mengorbankan hidup banyak orang, sehingga masyarakat pun

⁴⁰ Halifah, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Pada Butik Moshaiet Surabaya*, (Jurnal Kajian Bisnis, 2022), h. 20.

⁴¹ Dany Hidayat, *Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat*, (Jurnal JESTT, Vol. 2, No. 11, 2022), h. 914.

- berkepentingan agar bisnis dilaksanakan secara etis.
- b. Bisnis dilakukan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya, sehingga membutuhkan etika sebagai pedoman dan orientasi bagi pengambilan keputusan, kegiatan, dan tindak tanduk manusia dalam berhubungan (bisnis) satu dengan lainnya.
 - c. Bisnis saat ini dilakukan dalam persaingan yang sangat ketat, maka dalam persaingan bisnis tersebut orang yang bersaing dengan tetap memperhatikan norma-norma etis pada iklim yang semakin profesional justru akan menang.⁴²

Pemikiran etika bisnis Islam muncul ke permukaan, dengan landasan bahwa Islam adalah agama yang sempurna. Islam merupakan kumpulan aturan-aturan ajaran (doktrin) dan nilai-nilai yang dapat menghantarkan manusia dalam kehidupannya menuju tujuan kebahagiaan hidup baik di dunia maupun di akhirat. Islam merupakan agama yang memberikan cara hidup terpadu mengenai aturan-aturan aspek social, budaya, ekonomi, sipil, dan politik.⁴³

Untuk membangun bisnis yang sehat dapat dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai aturan perilaku yang akan dibuat dan dilaksanakan. Maka dari itu, Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip namun yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan

⁴² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.25.

⁴³ Nidal R Sabri dan M. Hisyam Jabr, *Etika Bisnis dan Akuntansi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h. 230.

dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu. Adapun prinsip dasar etika bisnis Islam tersebut ialah:⁴⁴

a. Kesatuan

Kesatuan merupakan cermin dari konsep tauhid, yang merupakan dimensi vertikal Islam. Konsep tauhid menggabungkan semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan muslim, yakni ekonomi, politik, agama, dan masyarakat, serta menekankan gagasan mengenai konsistensi dan keteraturan. Konsep kesatuan ini, merupakan konsep yang paling mendalam pada diri seorang Muslim, karena seorang Muslim memandang apapun di dunia sebagai milik Allah swt, karena hanya Allah Maha Kuasa dan Maha Esa, karena ia percaya bahwa hanya yang dapat menolong dan pengaruh paling besar bahwa kaum Muslim akan menaati dan melaksanakan hukum Allah Swt.

Allah berfirman Dalam Q.S. Al-An,an /6: 162 bahwa:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Terjemahnya:

“Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.”⁴⁵

b. Keseimbangan

Keseimbangan atau *adl* menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam dan berhubungan dengan segala sesuatu di alam semesta. Hukum dan keteraturan yang kita lihat di alam semesta merefleksikan konsep keseimbangan yang rumit ini. Penerapan konsep keseimbangan

⁴⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), h. 21.

⁴⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: 2019), h, 131.

ini sebagai contoh adalah Allah swt memperingatkan para pengusaha Muslim untuk menyempurnakan takaran. Sangat menarik untuk mengetahui makna *adl* adalah keadilan atau kesetaraan. Secara keseluruhan Islam ingin mengekang kecenderungan sikap serakah manusia dan kecintaannya untuk memiliki barang-barang.

Allah berfirman Dalam Q.S. Al-Isra'/17: 35 bahwa:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Terjemahnya:

Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.⁴⁶

c. Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian terpenting dalam nilai Etika Bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar, tidak ada batasan pendapat bagi seorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya, kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakat melalui zakat, infaq, dan sedekah.

Allah berfirman Dalam Q.S. An-Nisa /4: 29 bahwa:

⁴⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: 2019), h, 398.

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿١٦٠﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu.⁴⁷

d. Tanggung Jawab

Konsep tanggung jawab dalam Islam paling tidak karena dua aspek, *Pertama*, tanggung jawab yang menyatu dengan status kekhalifahan wakil Allah di muka bumi. *Kedua*, konsep tanggung jawab yang bersifat sukarela tanpa paksaan. Dengan demikian prinsip ini membutuhkan pengorbanan, hanya saja bukan berkonotasi menyengsarakan. Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.

e. Kebenaran: Kebijakan dan Kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran, mengandung pula dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai alat, sikap, dan perilaku benar meliputi proses transaksi, proses mencari, atau

⁴⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: 2019), h, 90.

memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses menetapkan keuntungan. Dalam prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.⁴⁸

C. Kerangka Konseptual

Untuk menghindari kesimpangsiuran dalam proposal ini, dan dengan maksud mempersatukan persepsi antara penulis dengan pembaca maka penulis akan memberikan pengertian tentang beberapa istilah yang terkandung dalam judul sebagai berikut.

1. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya tentu akan melakukan hal yang berkenan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Etika bisnis islam adalah suatu studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontakbisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran islam.⁴⁹

2. Persaingan Usaha

Persaingan usaha (bisnis) adalah persaingan antarpelaku usaha atau bisnis dalam suatu kegiatan produksi ataupun dalam memasarkan produknya. Para pelaku usaha berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan

⁴⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h 45-46.

⁴⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 235.

dengan saling menawarkan harga ataupun syarat yang paling menguntungkan.⁵⁰

3. Pedagang

Pedagang adalah orang yang menjual produk kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.⁵¹ Jadi secara umum pedagang adalah orang-orang yang melakukan kegiatan-kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mata pencarian mereka. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mendapatkan keuntungan agar memperoleh pendapatan yang baik setiap harinya.⁵²

Berdasarkan pemaparan di atas, maka yang dimaksud judul penelitian ini adalah suatu penelitian mengenai analisis etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha pedagang di pasar Sentral Sidrap.

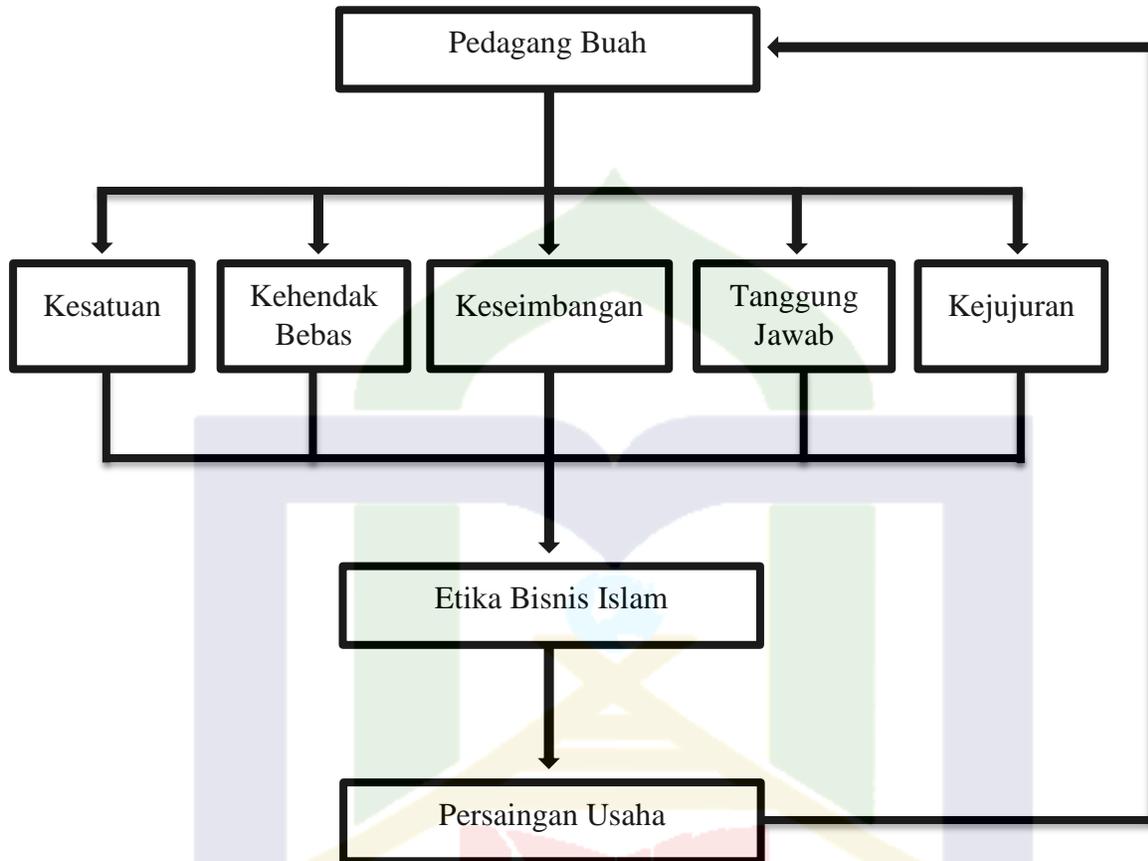
D. Kerangka Pikir

Berdasarkan judul penelitian yang membahas tentang analisis etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha pedagang di pasar sentral pangkajene sidrap, maka peneliti akan menguraikan masalah yang terdapat pada penelitian ini. Untuk lebih mempermudah penelitian ini, maka penulis dapat merumuskan kerangka pikir sebagai berikut.

⁵⁰ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 86.

⁵¹ Muhammad Abdulkadir, *Hukum Perusahaan Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010), h. 13.

⁵² Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997), h. 106.



Gambar 2.1: Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Yang di mana penulis ingin mengetahui suatu keadaan yang ingin diteliti secara apa adanya dan menggunakan data yang diperoleh dari wawancara untuk memperoleh kesimpulan.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan (*Field research*), di mana hasil penelitiannya akan diambil berdasarkan dari hasil penelitian di lapangan. Penelitian lapangan dapat diartikan sebagai metode untuk menemukan secara realistis yang tengah terjadi di tengah masyarakat pada suatu saat.

Dalam penelitian ini dapat juga diuraikan bahwa jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan dimana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk meneliti secara terperinci untuk memaparkan pengetahuan yang peneliti dapatkan untuk melihat fokus masalah yang telah ditentukan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Sentral Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang, dan waktu penelitian yang dilaksanakan selama kurang lebih dua bulan.

C. Fokus Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan penulis berfokus pada Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. Studi ini membahas tentang dampak persaingan usaha yang dilakukan oleh pedagang buah.

D. Jenis dan Sumber Data

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

1. Data Primer

Data penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara langsung kepada para pedagang buah di pasar sentral pangkajene sidrap untuk menunjang keakuratan data, dimana sumber data yang diperoleh menggunakan teknik informan. Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data.⁵³

2. Data Sekunder

Data Sekunder diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya dan juga diperoleh dari buku-buku yang berkaitan dengan obyek yang akan diteliti pada penelitian ini sebagai pelengkap sumber data primer. Data sekunder adalah data yang dianggap sebagai pendorong untuk memperkuat data yang di dapat seperti buku referensi, jurnal, dokumentasi, dan internet.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan

⁵³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.62.

data.⁵⁴ Adapun metode pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian kualitatif sebagai berikut.

a. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun langsung ke lapangan untuk mengamati kondisi lingkungan objek yang akan mendukung kegiatan penelitian, sehingga dapat dijadikan sebagai gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut. Observasi dilakukan terhadap pedagang buah di Pasar Sentral Pangkajene.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya, yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dengan yang diwawancarai (*interviewee*).⁵⁵

Wawancara merupakan komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.⁵⁶ Wawancara ini dilakukan kepada Pedagang Buah di pasar sentral pangkajene Sidrap.

NO	NAMA	UMUR
1	Hj. Faidah	40 Tahun

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 62.

⁵⁵ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.108.

⁵⁶ Deddy Maulana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (PT Remaja Rosdakarya , 2004), h. 180.

2	Seruni	22 Tahun
3	Bunga Eja	34 Tahun
4	Sumarni	31 Tahun
5	H. Badri	50 Tahun
6	Muhammad Wafir	61 Tahun
7	Sumarni	35 Tahun
8	Isia	63 Tahun

Tabel 3.1. Pedagang Buah

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang akan diperlukan untuk melakukan penelitian yang berupa dokumen, catatan, foto, dan bahan-bahan lainnya yang dapat mendukung penelitian ini.

2. Teknik Pengolahan Data

Data yang terkumpul dan diperoleh dari lapangan diolah melalui beberapa tahapan, penulis menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut:

- a. *Editing* merupakan pemeriksaan kembali untuk semua data baik dari observasi maupun wawancara yang sudah diperoleh baik dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.⁵⁷ Dalam hal ini, peneliti akan mengambil data yang berkaitan dengan analisis etika bisnis islam terhadap Persaingan Usaha Pedagang Buah di pasar sentral pangkajene sidrap,

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 243.

serta beberapa rujukan yang peneliti gunakan sebagai bahan teori yang nantinya berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

- b. *Analizing*, adalah proses pengelompokan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subyek penelitian, pengamatan dan pencatatan langsung di lapangan atau observasi. Seluruh data yang didapat tersebut dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai kebutuhan.⁵⁸ Hal ini dilakukan agar data yang telah diperoleh menjadi mudah dibaca dan dipahami, serta dapat memberikan informasi dengan jelas yang diperlukan oleh peneliti.
- c. Penemuan hasil riset yaitu memeriksa data yang ditemukan oleh peneliti yang diolah melalui dua tahapan utama yakni *editing* dan *classifying* yang selanjutnya akan dilakukan analisa data dengan menggunakan teori tertentu sehingga diperoleh kesimpulan atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data ialah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan.⁵⁹ Teknik pemeriksaan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan

⁵⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993), h. 104-105

⁵⁹ Muhamad Kamal Zubair, *et al., eds., Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), h.23.

atau sebagai pembanding terhadap itu. Triangulasi juga diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan sebagai sumber data.⁶⁰

G. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian merupakan bagian dalam proses penelitian data dari hasil pengumpulan data yang sangat penting, karena data dari hasil pengumpulan data dengan analisis data yang ada akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian yang mencapai tujuan akhir penelitian. Analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, terutama menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan.⁶¹ Maka yang dimaksud dengan analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan dipahami.

Adapun tahapan dalam analisis data yaitu:

a. Reduksi Data

Dari data-data yang diperoleh dalam penelitian dipilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Data-data yang telah direduksi

⁶⁰ Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008), h. 177.

⁶¹ Edi Kusnadi, *Metodologi Penelitian*, (Aplikasi Praktis), (Jakarta Timur: Ramayana Pers, 2008), h. 122-123.

memberikan gambaran yang lebih tajam tentang pengalaman dan mempermudah penelitian untuk mencari data-data tersebut jika sewaktu-waktu diperlukan.⁶²

b. Penyajian Data

Proses penyajian data dari keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi menjadi informasi yang tersusun. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam uraian naratif, bagan. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja penelitian sebelumnya.⁶³

c. Kesimpulan atau Verifikasi data

Dari data yang didapat oleh peneliti di lapangan peneliti mencoba mengambil kesimpulan. Pada awalnya kesimpulan itu kabur, akan tetapi lama-kelamaan semakin jelas karena data yang diperoleh semakin banyak dan mendukung. Verifikasi dapat dilakukan dengan singkat yaitu dengan cara mengumpulkan data baru.⁶⁴

⁶² Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Cet. VI: Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 86.

⁶³ Sugianto, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Dan R&D*, (Cet. XIII; Bandung: Alfabeta, 2011), h.249.

⁶⁴ Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Cet. VI: Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 87

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Unsur Persaingan Usaha Pedagang Buah di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap

Persaingan adalah suatu proses yang terjadi dalam sosial masyarakat yang melibatkan individu atau kelompok yang bersaing dan menciptakan inovasi baru untuk mencapai tujuannya. Dalam suatu persaingan para penjual sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar, konsumen, dan jumlah penjualan. Persaingan usaha merupakan suatu kegiatan bersaing dalam suatu bisnis atau usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan, seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Dalam ilmu ekonomi Islam, persaingan usaha adalah suatu kompetisi bersaing yang diperbolehkan jika persaingan dilakukan secara sehat sesuai dengan syariat Islam.

Persaingan usaha dilakukan para pengusaha atau pedagang untuk menarik hati konsumen. Para pelaku usaha saling bersaing untuk menawarkan produk yang dimiliki kepada calon konsumen, baik dari segi harga, kualitas, dan pelayanannya. Dalam kegiatan ekonomi persaingan usaha adalah kegiatan berkompetisi, dimana para penjual bersaing untuk mendapatkan keuntungan, jumlah penjualan, dan pangsa pasar. Biasanya para penjual saling mengungguli persaingan dalam usaha dengan membedakan harga, produk, distribusi, dan promosi.

Pasar sentral Pangkajene terletak di Jl. Lanto Daeng Pasewang tepatnya di Kelurahan Pangkajene, Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Pasar sentral Pangkajene merupakan pasar yang ramai setiap hari. Di pasar sentral

Pangkajene terdapat banyak pedagang, salah satunya pedagang buah. Masyarakat banyak mengonsumsi buah karena buah sebagai salah satu sumber air dan menjadi kebutuhan gizi yang diperlukan oleh tubuh. Oleh karena itu, di pasar sentral Pangkajene banyak penjual buah yang bersaing dalam menjual dagangannya. Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindari munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Berikut tiga unsur yang harus dicermati dalam menghadapi persaingan usaha di pasar sentral Pangkajene Sidrap.

1. Pihak yang bersaing

Tugas manusia adalah berusaha sebaik-baiknya, salah satunya dengan jalan bisnis. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan yang dilakukan hanya untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya. Di pasar sentral Pangkajene Sidrap terdapat banyak pedagang, seperti pedagang beras, pedagang telur, pedagang buah, dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti selama dua hari, secara langsung dapat diketahui bahwa pihak yang bersaing yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang buah. Para pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap bersaing untuk mendapatkan konsumen.

Adapun pedagang buah yang dimaksud sebagai berikut:

NO	NAMA	UMUR
1	Hj. Faidah	40 Tahun
2	Seruni	22 Tahun
3	Bunga Eja	34 Tahun
4	Sumarni	31 Tahun

5	H. Badri	50 Tahun
6	Muhammad Wafir	61 Tahun
7	Sumarni	35 Tahun
8	Isia	63 Tahun

Tabel 4.1. Nama Pedagang Buah

Pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap bersaing secara sehat tanpa menjatuhkan sesama pedagang buah lainnya. Mereka bersaing dengan cara mereka sendiri tanpa merugikan konsumen dan pedagang lainnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak H. Badri selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

“Di pasar Pangkajene ini banyak sekali pedagang. Ada pedagang telur, pedagang beras, pedagang sayuran, pedagang buah, lain lagi kalau yang bagian dalamnya pasar, banyak sekali penjual. Itu pedagang yang lain pasti beda-beda juga cara bersaingnya. Kalau kami yang berdagang buah disini, ada semua juga cara ta berdagang supaya tertarik konsumen. Kita bersaing secara sehat, tidak menjatuhkan sesama pedagang”.⁶⁵

Persaingan usaha terjadi antar pedagang buah di pasar sentral Pangkajene. Pedagang buah di pasar sentral Pangkajene berlomba untuk mendapatkan konsumen dan pendapatan. Para pedagang buah berusaha untuk menarik perhatian pembeli yang berkunjung ke pasar sentral Pangkajene. Sebagaimana yang diutarakan oleh Ibu Hj. Faidah selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap bahwa:

“Yah. Kita kalau menjual buah itu, pasti paling penting mi itu kita dapat pembeli. Artinya bagaimana kita mendapat konsumen yang banyak. Bagaimana supaya itu pembeli tertarik membeli buah disini. Apalagi di pasar Pangkajene ini, biar bukan hari pasar, tapi selalu ji banyak pengunjung ke pasar. Itu kan kalau penjual buah setiap hari ji ada di pasar. Jadi sebagai penjual haruski bisa menarik perhatiannya itu pembeli. Yang penting kita bersaing secara sehat. Tidak menjatuhkan sesama pedagang. Karena kalau disini, misalnya ada buah nacari orang

⁶⁵ Badri. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

terus tidak ada buahnya, kita suruh ke penjual sebelah, begitu juga sama penjual yang lain. Istilahnya saling opor kalau ada buah na cari pembeli na kebetulan habis”.⁶⁶

Pedagang buah di pasar sentral pangkajene sidrap lebih lebih memilih bersaing secara sehat dengan tidak saling menjatuhkan sesama pedagang.

2. Segi Cara Bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Oleh karena itu, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami. Pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap bersaing secara sehat tanpa menjatuhkan pedagang lainnya. Mereka sangat memperhatikan kebersihan tempat dan kualitas buahnya. Para pedagang bersikap ramah dan berperilaku jujur kepada pembelinya, mereka juga menjelaskan kepada pembeli mengenai kesegaran buah dan buah yang sudah tidak layak untuk dikonsumsi.

No	Ringkasan Transkrip	Sumber
1	Bersaing secara sehat dan tidak menjatuhkan pedagang lain.	Hj. Faidah
2	Melihat dari apa yang disukai pembeli, misalnya tempat yang bersih dan dagangan juga ramai. Paling penting juga bersikap ramah kepada pembeli.	Seruni
3	Memperhatikan kualitas buah dengan cara selalu di cek setiap hari dan paling penting juga kebersihan tempat	Bunga Eja

⁶⁶ Faidah. Penjual Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

4	Selain menjual di pasar, buahnya juga di kirim ke berbagai daerah dan di promosikan di media sosial sehingga banyak yang laku.	Sumarni
---	--	---------

Tabel 4.2. Data wawancara mengenai segi cara bersaing pedagang buah

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pedagang buah ditemukan bahwa setiap pedagang mempunyai cara tersendiri untuk melakukan persaingan. Pedagang buah harus pandai menarik perhatian konsumen agar konsumen tertarik membeli buahnya. Pedagang harus mampu melihat kondisi sekitar, apa yang menjadi daya tarik bagi pembeli, sehingga pembeli senang berkunjung ke tempat penjual buah. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Seruni selaku karyawan pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap bahwa:

“Kita sebagai pedagang buah, harus ki mampu melihat apa yang disukai sama pembeli. Pembeli itu suka sama tempat yang ramai, banyak dagangan, sama bersih tempatnya. Jadi, kalau banyak kita jual, itu juga pembeli nasuka ke tempat ta. Misalnya disini, kan disini ada banyak jenis buah seperti semangka, apel, pisang, mangga, nanas, melon, alpukat, salak, anggur, jeruk, kurma, buah pir, lengkeng, sama itu papaya. Jadi itu pembeli nasuka karena banyak buah dijual, ada semua yang dia cari, begitu. Terus paling penting itu haruski ramah sama pembeli tidak dibeda-bedakan supaya pembeli juga senang ke tempat ta. Intinya kita tingkatkan kemampuan dalam menjual”.⁶⁷

Banyaknya buah yang dijual juga mampu menarik hati pembeli karena mereka bisa mendapati buah-buahan yang diinginkan. Pedagang buah harus bersikap ramah kepada para pembeli dan tidak membeda-bedakan pembeli. Selain ramah kepada para pembeli, penjual harus memperhatikan kualitas buah

⁶⁷ Seruni. Karyawan. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

yang dijual dan menjaga kebersihan tempat menjualnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Bunga Eja, selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap bahwa:

“Selama saya menjual buah disini, saya itu paling perhatikan kualitas buahku sama kebersihannya tempatku. Ku jaga itu kualitasnya buahku, selalu saya cek apakah masih segar, masih layak jiga untuk dijual. Kadang juga kalau dua hari mi terus masih ada belum laku, saya coba buka apakah itu rasanya manis atau tidak. Sama itu juga susunannya, harus disusun rapi supaya tidak campur-campur. Tempatku juga menjual harus bersih. Jadi, selalu itu kubersihkan, ku sapu itu sekitar tempat jualanku, saya pungut sampahnya. Karena itu pembeli nasuka juga itu kalau bersih tempat ta”.⁶⁸

Dalam berdagang buah, penjual harus selalu menjaga kualitas buahnya. Memilah antara buah yang segar dan buah yang sudah tidak layak untuk dijual, dan menata dengan rapi buah-buahan tersebut. Kebersihan tempat menjual juga harus dijaga agar pembeli terkesan saat membeli buah.

Penjual buah di pasar sentral pangkajene tidak hanya menjual langsung di tempat saja, tetapi ada juga penjual yang mengirim buahnya keluar daerah dan menjual buahnya lewat media sosial seperti *Facebook* dan *WhatsApp*. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Sumarni, selaku pedagang buah, bahwa:

“Kalau saya itu, selain saya jual buah di pasar, saya kirim juga keluar daerah. Kebetulan suamiku itu banyak kenalan diluar daerah sama sering juga keluar, jadi kita opor ini buah keluar daerah. Alhamdulillah banyak juga laku, banyak yang minta. Terus anakku juga itu ku suruh foto buahku, terus diposting di *Facebook* biasanya sama di WA juga. Dari situ mi juga banyak yang pesan, biasa ada yang datang ambil sendiri atau minta dikurirkan. Saya itu senang sekali kalau ada yang pesan karena saya suka menjual di *Facebook*, ibu-ibu banyak yang pesan”.⁶⁹

⁶⁸ Bunga Eja. Penjual Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 21 Agustus 2022.

⁶⁹ Sumarni. Penjual Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

Persaingan usaha yang terjadi terhadap pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap merupakan jenis persaingan usaha yang sehat. Para pedagang buah berusaha meningkatkan kemampuannya dalam menjual tanpa menjatuhkan sesama pedagang buah.

3. Objek (barang atau jasa) yang dipersaingkan

Sumber	Produk	Harga	Tempat	Pelayanan
Semua Informan	Buah	Penentuan harga yang sudah wajar dan sudah ada ketentuan sebelumnya terkait dengan harga yang akan di tawarkan.	Di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap	Bersikap ramah dan berperilaku jujur terhadap konsumen

Tabel 4.3. Objek (barang atau jasa) yang dipersaingkan

Berdasarkan hasil wawancara yang di dapat dari semua informan bahwa Produk yang di persaingkan berupa buah-buahan yang dijual dengan harga yang sudah ditentukan sebelumnya oleh semua pedagang buah. Dapat dianalisis bahwa hampir seluruh informan menggunakan pelayanan yang sama kepada pembeli, seperti bersikap ramah kepada pembeli dan berperilaku jujur.

Berikut beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing persaingan usaha pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, yaitu:

a. Produk

Produk yang dipersaingkan pada penelitian ini adalah buah-buahan. Pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap sangat menjaga kualitas

buahnya, buah-buahan yang mereka jual merupakan hasil kebunnya sendiri, berasal dari pemasok, dan ada juga yang mereka beli langsung dari pemilik kebun. Artinya produk yang dipersaingan, dalam hal ini buah-buahan tersebut merupakan produk yang halal. Berdasarkan hasil wawancara yang di dapat oleh peneliti dari Bapak Badri bahwa:

“Kalau saya buah ji saja ku jual, adapun jenis buahnya saya lebih banyak mengambil buah apel sama buah naga dan untuk buah yang lainnya saya ambil rata ji.”⁷⁰

Begitupun dengan Ibu Seruni mengatakan bahwa:

“Buah-buahan ji memang dari awal usahaku, jadi saya pertahankan mi sampai sekarang.”⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, penulis melakukan wawancara kepada pedagang buah di pasar sentral pangkajene sidrap mengenai produk yang mereka jual. Dapat kita lihat bahwa buah-buahan memang sudah menjadi prioritas bagi mereka untuk di jual di pasar.

b. Harga

Penentuan harga jual buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap dapat dikatakan penentuan harga yang wajar. Para pedagang buah sepakat dengan harga jual yang ditetapkan, tidak menjual dengan harga yang sangat tinggi maupun harga yang sangat rendah. Pedagang tidak dirugikan dengan harga yang ditetapkan begitu juga dengan pembeli, tidak memberatkan dengan harga yang mereka dapatkan. Sebagaimana yang telah di jelaskan pedagang buah dari hasil wawancara yang didapat oleh peneliti. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Muhammad Wafir bahwa:

“Untuk penentuan harganya itu sama semua dengan pedagang lain”.⁷²

⁷⁰ Badri. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

⁷¹ Seruni. Karyawan. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

Begitupun dengan Ibu Ija mengatakan bahwa:

“Kalau penentuan harga disini kita mengikut ji sama ketentuannya, sama dengan pedagang di sini juga mengikut sama patokan yang sudah ditentukan sebelumnya. Tidak ada istilahnya ada yang jual mahal sama jual murah”.⁷³

Pedagang buah di pasar sentral pangkajene sidrap dalam menentukan harga semua hampir sama, karena para pedagang mengikuti harga yang sudah ditentukan sebelumnya dan pedagang juga menentukan harga buahnya sesuai dengan harga yang diberikan oleh pemasok. Sebagaimana juga yang dikatakan oleh Ibu Seruni bahwa:

“Kalau harga jualnya tergantung berapa kita belikan dari pemasok memang dan mengikut juga sama harga jualnya pedagang lain”.⁷⁴

Berdasarkan dari hasil wawancara yang didapat oleh peneliti bahwa pedagang buah di pasar sentral pangkajene menentukan harga buah sesuai dengan ketentuannya.

c. Tempat

Tempat berlangsungnya kegiatan berdagang buah-buahan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah di pasar sentral Pangkajene Sidrap. Para pedagang buah berdagang di depan dan samping pasar sentral Pangkajene Sidrap. Terdapat beberapa kios pedagang buah dan ada juga yang bedagang menggunakan mobil *pick up*. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Hj. Faidah, beliau mengatakan bahwa:

“Pemilihan tempatnya memang harus bagus, apalagi kita harus memperhatikan banyak hal terutama kebersihan disekitar tempat jualan

⁷² Muhammad Wafir. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

⁷³ Hj. Faidah. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

⁷⁴ Seruni. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 19 Agustus 2022.

agar pembeli juga dapat merasa nyaman ketika datang untuk membeli buah”.⁷⁵

Sebagian memang pedagang lebih mengutamakan kebersihan tempat dagangannya terutama susunan buah yang jual. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Isia bahwa:

“Dalam memilih lokasi memang harus strategis dan menarik minat pembeli. Contohnya di sini tempatku lokasinya sangat strategis apalagi pinggir jalan, jadi itu orang kalau lewat i pasti na liat daganganku apalagi kalau susunan buahnya disusun dengan rapi pasti ada juga rasa penasarannya orang untuk singgah”.⁷⁶

Begitupun dengan ibu Sumarni mengatakan bahwa:

“Kalau masalah tempat kita memang harus cari tempat yang strategis supaya usaha dapat berjalan dengan lancar”.⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan, hampir semua pedagang buah mengutamakan tempat yang strategis untuk dijangkau oleh pembeli agar usahanya juga dapat berjalan lancar.

d. Pelayanan

Bentuk pelayanan yang diberikan pedagang buah kepada konsumen yakni dengan bersikap ramah dan berperilaku jujur kepada konsumen. Pedagang tidak membeda-bedakan sesama konsumen, memberikan pelayanan terbaik, dan selalu menjelaskan kepada pembeli mengenai kualitas buahnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bunga Eja selaku pedagang buah.

⁷⁵ ⁷⁵ Hj. Faidah. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

⁷⁶ Isia. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 21 Agustus 2022.

⁷⁷ Sumarni. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

“Tentunya kita sebagai pedagang harus bersikap ramah kepada pembeli agar pembeli juga dapat merasa nyaman belanja di tempat kita”.⁷⁸

Begitupun pedagang yang lainnya seperti Ibu sumarni mengatakan bahwa:

“Tentu saya harus bersikap ramah, karena intinya di awal itu penjual harus ramah sama pembeli. Kalau tidak ramah, bisa jadi pembeli tidak akan kembali”.⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat melihat pada pedagang buah bahwa pelayanan yang diberikan kepada pembeli mayoritas sudah baik, terbukti dengan pelayanan yang diberikan kepada pembeli. Hal serupa juga diperoleh oleh penulis ketika melakukan wawancara dengan Bapak Badri.

“Pelayanan yah memang harus baik, kita harus senyum kepada pembeli, jangan cemberut. Bahkan kalau kita ada masalahpun harus tetap tersenyum, karena kalau kita tidak ramah pasti pelanggan tidak akan datang lagi untuk kedua kalinya”.⁸⁰

Berdasarkan hal tersebut, penulis melihat bahwa pelayanan pada pembeli sangat diperlukan bagi penjual karena pembeli adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik-baiknya.

B. Dampak Persaingan Usaha Yang Terjadi Pada Pedagang Buah di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap

Munculnya pesaing dalam suatu pemasaran umumnya dapat menyebabkan penurunan volume penjualan pada perusahaan, ini disebabkan karena konsumen mempunyai pilihan yang lebih banyak, baik dalam kualitas produk dan harga.

⁷⁸ Bunga Eja. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 21 Agustus 2022.

⁷⁹ Sumarni. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

⁸⁰ Badri. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

Berbicara tentang persaingan usaha tentunya perlu mengetahui pengertian persaingan itu sendiri. Persaingan dari kata dasar “saing” yang berarti berlomba atau (mengatasi, dahulu mendahului), dengan kata lain yakni usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, pertahanan dan sebagainya. Persaingan adalah suatu perjuangan yang dilakukan perorangan atau kelompok sosial tertentu agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif, tanpa menimbulkan ancaman atau benturan fisik.⁸¹

Persaingan usaha dalam berdagang memiliki dampak bagi para pedagang. Melihat banyaknya pedagang buah yang ada di pasar sentral Pangkajene Sidrap, memberikan dampak pada tingkat pendapatan dan jumlah konsumen, pendapatan menurun dan konsumen berkurang. Dampak yang terjadi dari persaingan usaha di pasar sentral Pangkajene memberikan pengaruh dari segi ekonomi dan lingkungannya.

No	Sumber	Ringkasan Transkrip	Dampak	
			Positif	Negatif
1	Hj. Faidah	Dengan banyaknya persaingan di sekitar jelas berdampak bagi pedagang karena otomatis terbagi pembelinya dan berkurang juga pendapatan.		✓
2	Seruni	Mengalami penurunan pendapatan di karenakan		✓

⁸¹ A. Riawan Amin, , Menggagas Manajemen Syariah, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 234.

		pedagang buah sudah banyak dan mengakibatkan semakin kurangnya pembeli. Tidak seperti dulu waktu masih sedikit pedagang, yah lumayan banyak pendapatan dalam setiap harinya.		
3	Bunga Eja	Bagi saya tidak ada ji dampaknya, karena rejeki kan sudah ada yang atur	✓	
4	Sumarni	Dampaknya itu terbagi pembeli karena banyakmi pedagang buah, tapi ada bagusmya juga kalau ramai karena otomatis kan konsumen lebih tertarik untuk datang beli buah di sini.	✓	
5	H. Badri	Kalau yang saya rasakan dampaknya itu dari harga buah, karena semakin banyak pedagang buah di sini semakin bagus jga penetapan harganya, Artinya sama rata harganya sesama pedagang buah, jadi konsumen juga suka yang begini dapat harga yang mereka inginkan.	✓	
6	Muhammad	Saya tertantang melihat	✓	

	Wafir	banyaknya pesaing sekarang jadi harus lebih kreatif lagi dalam berdagang		
--	-------	--	--	--

Tabel 4.4. Data wawancara mengenai dampak persaingan usaha

Melihat hasil wawancara dengan beberapa pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, adapun dampak yang terjadi pada pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap terhadap banyaknya persaingan, yaitu adanya dampak negatif dan dampak positif sebagai berikut:

1. Dampak Negatif

a) Kurangnya konsumen dan menurunnya pendapatan

Dari hasil wawancara yang di dapat bahwa dampak persaingan usaha terhadap pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, dari segi ekonomi yaitu para pedagang mengalami penurunan pendapatan. Hal ini disebabkan karena banyaknya persaingan pedagang buah, sehingga konsumennya terbagi. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Hj. Faidah selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap bahwa:

“Banyaknya persaingan itu jelas berdampak bagi penjual. Karena itumi, seperti kita lihat banyak mi penjual buah disini. Otomatis terbagi pembelinya, kurangmi juga pendapatannya. Biasa kasian juga itu buah tinggal saja rusak karena begitu kurang mi pembeli. Bukan bilang kurang terbagi pembelinya”.⁸²

Persaingan merupakan kondisi real yang dihadapi setiap orang dimasa sekarang. Hampir tiada hal yang tanpa kompetisi/persaingan, seperti halnya kompetisi dalam berprestasi, dunia usaha bahkan dalam proses belajar. Persaingan seperti upaya untuk menduduki posisi yang lebih tinggi di dalam dunia usaha. Bila jumlah pesaing cukup banyak dan seimbang, persaingan akan

⁸² Faidah. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

tinggi sekali karena masing-masing perusahaan memiliki sumber daya yang relatif sama. Bila pesaing sama tetapi terdapat perbedaan sumber daya, maka terlihat sekali mana yang akan menjadi *market leader*, dan perusahaan mana yang merupakan pengikut.⁸³

Salah satu penyebab menurunnya pendapatan pedagang buah yakni semakin bertambahnya pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap. Persaingan usaha berdampak pada pendapatan karena semakin banyak pedagang buah, maka semakin menurun pendapatannya sebab konsumennya terbagi. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Seruni selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

“Semakin banyak penjual itu semakin kurang juga pembeli. Itu dampaknya, banyak pesaing semakin menurun juga pendapatan. Karena itu pembeli terbagi ke pedagang lain juga. Tidak sama dulu waktu masih kurang penjual buah disini, yah lumayan banyak juga pendapatan. Tapi semenjak banyak mi penjual, menurun semua mi pendapatan”.⁸⁴

Persaingan usaha berdampak pada penentuan harga buah yang wajar karena inilah yang diinginkan oleh konsumen. Konsumen akan memperhatikan harga buah, karena mereka mendapatkan harga buah yang rasional untuk buah yang mereka inginkan, sehingga konsumen pun akan loyal. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak H. Badri selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

“Kalau saya, saya rasakan dampaknya itu dari harganya buah. Semakin banyak persaingan atau pedagang buah disini, lebih wajar juga itu penetapan harganya buah. Artinya sama rata harganya sesama pedagang buah, jadi tidak ada yang jual mahal tidak ada juga yang jual murah. Konsumen juga suka yang begini dapat harga yang wajar, jadi mereka

⁸³ Jopie Jusuf, *Analisis Kredit untuk Account Officer* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 260.

⁸⁴ Seruni. *Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap*. 19 Agustus 2022.

mendapatkan harga yang mereka inginkan. Kalau soal pendapatan, yah rejekinya orang beda-beda”.⁸⁵

Persaingan usaha terhadap pedagang buah juga berdampak pada penentuan harga. Banyaknya persaingan menciptakan penentuan harga yang wajar, sehingga mendapatkan konsumen yang loyal karena harga yang mereka inginkan sesuai.

b) Kesulitan mendapatkan konsumen bagi pedagang baru

Dampak persaingan usaha juga dirasakan oleh pedagang buah yang masih baru. Banyaknya pesaing lama membuat pesain baru kesulitan mendapatkan konsumen dan pendapatan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Sumarni selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

“Masih baru ka saya disini, baru dua bulan lebih. Yah, seperti kita lihat ji banyak penjual buah disini, banyak persaingan. Kalau saya masih kurang pembeliku, jadi kurang juga pendapatanku. Karena itu pembeli juga lebih banyak ke penjual lama. Apalagi kalau orang Pangkajene kebanyakan itu ke penjual lama”.⁸⁶

Pelayanan yang berkualitas juga merupakan suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan. Jika perusahaan melakukan upaya pelayanan yang unggul, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar, terutama dalam kepuasan konsumen dan memberikan persepsi yang baik terhadap perusahaan. Dampak Positif

a) Penetapan harga wajar dan Kualitas pelayanan

Persaingan usaha dapat menguntungkan konsumen mendapatkan pelayanan yang lebih baik. Para pesaing tidak dapat mengalahkan pesaing lainnya hanya karena harga, karena pelayanan yang berkualitas berpengaruh dalam menarik minat konsumen. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Bunga Eja selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

⁸⁵ Badri. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

⁸⁶ Sumarni. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

“Konsumen itu memang cari harga yang wajar, tapi konsumen paling suka itu kalau bagus peyanaan ta. Kita ramah kepada konsumen, pokoknya kita berikan memang itu konsumen pelayanan terbaik supaya nyaman juga konsumen, terus loyal juga”.⁸⁷

Banyaknya persaingan menjadikan konsumen sangat memperhatikan kualitas pelayanan. Konsumen akan mencari tempat yang lebih baik pelayanannya, bukan dari segi harga saja tetapi cara penjual melayani konsumen dengan baik.

b) Meningkatkan kreatif dan inovatif

Inovasi adalah penerapan secara praktis ide kreatif. Inovasi dapat diwujudkan dengan adanya kreativitas yang cukup tinggi. Kreativitas adalah kemampuan untuk menerapkan sesuatu yang baru ke dalam kehidupan kita. Banyak perusahaan yang maju dan berkembang sampai detik ini karena melakukan kreativitas dan inovasi.

Banyaknya persaingan di pasar sentral Pangkajene Sidrap menciptakan inovasi dan kreatifitas pedagang buah dalam memasarkan buahnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Wafir selaku pedagang buah di pasar Sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

“Justru kalau saya itu, saya tertantang. Melihat banyak pesaing sekarang jadi haruski memang lebih apa namanya, lebih tertantang, lebih kreatif lagi berdagang. Apalagi anak muda sekarang itu banyak ide-idenya. Seperti anak saya itu, semenjak banyak pedagang buah disini, dia itu lebih kreatif lagi menjual buah. Biasa dia jual lewat hp, lewat facebook itu, dia posting itu buah-buahan. Biasa juga itu dia bikin salad buah dia jual sama teman-temannya. Dia bikin juga parcel ukuran kecil, sedang, sama besar. Kalau parcel pegawai biasanya banyak yang beli, sama banyak juga cari kalau mau pergi jenguk orang sakit, pasti cari parcel buah”.⁸⁸

⁸⁷ Bunga Eja. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 21 Agustus 2022.

⁸⁸ Muhammad Wafir. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

Salah satu bentuk kreatifitas pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap yaitu dengan menjual buah melalui media sosial, mengolah buah segar menjadi cemilan atau makanan cepat saji seperti salad buah, dan menjual buah dalam bentuk parcel.

C. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Buah di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses serta upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, seperti perilaku moral dalam bisnis, bertanggung jawab, jujur, atau bahkan melakukan kecurangan untuk memperoleh keuntungan. Artinya etika bisnis Islam memberikan pengetahuan tentang kebiasaan atau budaya dan moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis. Dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik buruknya, benar atau salah, dan halal atau haram dalam suatu kegiatan bisnis yang berdasarkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat Islam.

Secara umum, Islam pada dasarnya mempersilakan manusia untuk mengonsumsi apa saja yang mereka kehendak dan mereka kuasai dari apa saja yang ada di bumi, sejauh barang-barang yang dikonsumsi itu benar-benar halal lagi baik (*halalan thayyiban*). Dengan kalimat lain, Islam jelas menghalalkan barang (makanan/minuman dan lain-lain) yang baik-baik (*at thayyibat*). Pada saat bersamaan, Islam juga tegas mengharamkan seseorang

dari kemungkinan mengonsumsi makanan/minuman lain-lain yang buruk-buruk (*alkhabitsat*).⁸⁹

No	Sumber	Ringkasan Transkrip	Prinsip Etika Bisnis Islam
1	H. Badri	Pedagang di sini kalau sudah masuk waktu shalat, mereka langsung pergi shalat apalagi di sini dekat dari masjid. Walaupun tidak semuanya begitu.	Kesatuan
2	Hj. Faidah	Saya sedikit paham tentang islam dalam berdagang, makanya saya pakai timbangan digital supaya pembeli dapat melihat langsung takarannya, dan kejujuran juga selalu saya pakai dalam berdagang karena saya tahu sedikit hukumnya. Biasa kalau ada pembeli bertanya tentang rasanya, yah kita kasi coba langsung.	Keseimbangan dan Kejujuran
3	Bunga Eja	Kalau tentang islam pasti kejujuran ji yang kita tau, kami para pedagang di sini lebih megutamakan kejujuran. Makanya saya pakai timbangan digital, karena timbangan digital bisa mi na liat langsung pembeli harga dan takarannya, susah ki bohong juga kalau pakai timbangan digital	Kejujuran

⁸⁹ Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Kholam Publishing, 2008), h.184.

		begini.	
4	Muhammad Wafir	Tentunya dalam islam itu, kita dilarang makan sesuatu yang haram. Makanya saya selaku pedagang buah selalu memperhatikan kualitas buah saya, apakah masih layak untuk di jual. Kalau soal halal, insya allah buah yang saya jual halal.	Tanggung Jawab
5	Isia	Seperti yang kitaliat disini banyak pedagang, jadi banyak pesaing. Makanya kita harus selalu sabar, kita tidak boleh iri dengan pedagang yang banyak pembelinya. Kita harus bersaing secara sehat, tidak menjatuhkan sesama pedagang karena rejeki itu sudah ada yang atur.	Kehendak Bebas
6	Sumarni	Kalau di sini kita bebas melakukan apa saja, artinya kita bersaing secara sehat. Yang penting kita bertanggung jawab dan tidak ada yang dirugikan.	Tanggung Jawab

Tabel 4.5. Data wawancara mengenai etika bisnis islam dalam berdagang

Dari hasil wawancara yang ditemukan bahwa hampir dari semua pedagang buah sudah menerapkan etika bisnis islam dalam berdagang dengan baik. Dapat kita lihat pada tabel 4.5. Pada kegiatan bisnis atau berdagang yang sesuai dengan syariat Islam, barang yang dijual harus berkualitas dan merupakan barang atau makanan yang layak dan halal untuk dikonsumsi.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Wafir, selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

“Tentunya dalam Islam itu, kita dilarang makan sesuatu yang haram. Kalau berdagang buah seperti saya, harus ki perhatikan kualitas buahnya. Selalu saya periksa keadaan buahnya, apakah buah ini masih segar, dan masih layak kah untuk dijual. Kalau soal halal, insya Allah buah yang ku jual ini halal. Mungkin baru dikatakan haram kalau misalnya buahnya hasil mencuri. Mencuri di kebun orang misalnya baru dijual, itukan haram namanya kalau begitu. Biar halal dimakan tapi kalau dicuri sama ji haram, begitu kira-kira”.⁹⁰

Dari sisi barang, dalam hal ini buah-buahan yang dijual tidak boleh ada yang haram. Buah-buahan tersebut jelas asal-usulnya dalam artian bersumber dari hal-hal yang *halalan-thayyiban*. Dari sisi kebersihan dan kesehatan, dapat dipertanggung jawabkan kualitasnya.

Perdagangan sebagai salah satu aspek kehidupan yang bersifat horizontal dengan sendirinya dapat berarti ibadah. Menurut Yaumidin seperti dikutip oleh Jusmaliani, dkk, menyatakan bahwa usaha perdagangan dalam ekonomi Islam merupakan usaha yang mendapatkan penekanan khusus, karena keterkaitannya langsung dengan sektor riil. Ekonomi Islam memang lebih menekankan sektor riil ini dibandingkan dengan sektor moneter. Penekanan khusus kepada sektor perdagangan tersebut tercermin misalnya pada sebuah hadis Nabi yang menegaskan bahwa dari sepuluh pintu rezeki, sembilan diantaranya adalah perdagangan.⁹¹

Nabi Muhammad SAW. telah mengajarkan untuk bertindak jujur dan bersikap baik dalam setiap transaksi perdagangan. Dalam hal ini kunci

⁹⁰ Muhammad Wafir. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

⁹¹ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 22.

keberhasilan dan kesuksesan Nabi dalam perdagangan diantaranya adalah dimilikinya sifat-sifat terpuji beliau yang sangat dikenal penduduk Mekkah kala itu, yaitu jujur (*shidiq*), menyampaikan (*tabligh*), dapat dipercaya (*amanah*), dan bijaksana (*fathanah*). Menurut Afzalurrahman seperti dikutip oleh Jusmaliani, dkk, menyatakan bahwa sikap terpuji itulah merupakan kunci kesuksesan Nabi dalam berdagang. Bersikap adil dan bertindak jujur merupakan prasyarat penting seseorang dalam melakukan perdagangan, di samping menjaga hubungan baik dan berlaku ramah tamah kepada mitra dagang serta para pelanggan. Pedagang yang tidak jujur, meskipun mendapat keuntungan yang besar, boleh jadi keuntungan tersebut sifatnya hanya sementara. Ini dikarenakan ketidakjujuran akan menghilangkan kepercayaan para pelanggan sehingga lama kelamaan akan memundurkan dan mematikan usahanya.⁹²

Dalam kegiatan berdagang yang sesuai dengan syariat Islam, pedagang perlu menerapkan prinsip dasar etika bisnis Islam, diantaranya prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kejujuran.

1. Kesatuan

Prinsip etika bisnis kesatuan merupakan integrasi semua bidang kehidupan agama sosial, ekonomi, politik dan budaya. Kesatuan antara kegiatan bisnis dengan pencarian ridho Allah Swt. dan tidak terdapat diskriminatif antara pelaku bisnis atas dasar apapun.

Allah berfirman Dalam Q.S. Al-An,an /6: 162 bahwa:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

⁹² Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 46.

Terjemahnya:

“Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.”⁹³

Pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap menerapkan beberapa prinsip dasar etika bisnis Islam. Sebagaimana hasil wawancara dengan H. Badri, selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

“Saya tau sedikit tentang itu prinsip kesatuan, itu hubungannya manusia sama yang diatas. Sama Allah yah, saya itu sering dengar ceramahnya Ustadz Maulana itu. Katanya apapun yang kita lakukan kalau sudah waktunya mi shalat, tinggalkan mi itu apa yang kita kerjakan. Sama mi pedagang disini kalau sudah waktunya mi shalat mereka itu pigimi shalat apalagi disini kan dekat masjid dek yah. Biasa mereka gantian jaga, satunya jaga satunya pigi mi shalat itu. Tidak sama kalau hari jum’at, kan wajib bagi laki-laki itu shalat jum’at. Kalau waktunya shalat jum’at itu bapak-bapak pigi mi masjid, terus istrinya mi atau anaknya yang jaga. Walaupun tidak semua begitu, ada ji juga itu kalau waktu shalat tetap tinggal menjual”.⁹⁴

Prinsip kesatuan menjelaskan tentang hubungan manusia dengan sang pencipta. Umat Islam dalam berdagang, apabila waktu shalat tiba maka diwajibkan meninggalkan pekerjaan dan segera melaksanakan shalat. Demikian juga beberapa pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap yang beragama Islam, apabila waktu shalat tiba mereka pun segera menunaikan shalat. Adapun pedagang lain yang menerapkan prinsip tauhid dari hasil wawancara adalah Bapak Muhammad Wafir,

“Saya selalu mengutamakan niat ibadah dalam melakukan suatu usaha yang saya jalankan, Karena saya mengerjakan usaha berdagang ini untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga saya dan niatnya karena Allah supaya dalam menjalankan usaha ini tentunya untuk mendapat keberkahan”⁹⁵.

⁹³ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Jakarta: 2019), h, 131.

⁹⁴ Badri. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

⁹⁵ Muhammad Wafir. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20

Para pedagang lebih mementingkan aturan-aturan Al-Quran dan tidak akan menunda atau melalaikan tugasnya kepada Allah, karena apabila pedagang yang mentaati aturan yang sesuai dengan bisnis islam maka dalam melakukan aktivitasnya akan memperoleh keberkahan dari Allah SWT. Sedangkan menurut Hj. Faidah, beliau mengatakan pada wawancaranya bahwa.

“Kalau sudah waktunya adzan saya tinggalkan dagangan ini. Tapi kadang-kadang juga kalau ada pembeli yang mau membeli buah, saya layani dulu. Apabila sudah selesai semua baru saya pergi shalat”.⁹⁶

Adapun dari keterangan di atas maka dapat dikatakan bahwa, dalam setiap kegiatan yang dilakukan harus dengan niat karena Allah, agar rezeki yang diperoleh dari setiap manusia mendapatkan suatu keberkahan dan mereka yang melakukan perdagangan tetap mengutamakan ibadah misalnya meninggalkan segala bentuk aktivitas dan menjalankan ibadah kepada Allah.

2. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan prinsip etika bisnis Islam yang kedua yang mengacu pada ajaran Islam yang menganjurkan berbuat adil di dalam kegiatan berbisnis dan melarang kegiatan curang atau berlaku *dzalim*. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan, sehingga apabila seseorang berbuat adil dalam bisnis dagangannya maka akan memperoleh kesejahteraan dalam hidupnya. Prinsip perilaku adil sangat menentukan perilaku seseorang, di mana salah seorang pedagang yang bernama Ibu Sumarni, beliau mengatakan bahwa :

“Saya selalu memberitahukan kepada pembeli tentang buah dagangan saya yang kurang bagus, misalnya ada buah yang sudah mulai busuk atau

⁹⁶ Hj. Faidah. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

buah yang kurang bagus. Supaya pembeli percaya kepada saya dan bisa menjadi pelanggan di tempat saya”.⁹⁷

Dalam keseimbangan perlu adanya adil dalam melakukan aktivitas, kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, tetapi menakar orang selalu dikurangi. Seperti yang di jelaskan pada surah Al-Isra Ayat 35 sebagai berikut.

Allah berfirman Dalam Q.S. Al-Isra’/17: 35 bahwa:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Terjemahnya:

Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.⁹⁸

Pedagang di pasar sentral Pangkajene Sidrap menentukan harga jual yang sesuai dan sewajarnya. Takaran dan timbangan yang digunakan pun sesuai dan bisa dilihat langsung oleh pembeli. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Hj. Faidah selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

“Kalau penentuan harga disini kita mengikut ji sama ketentuannya, begitu sama pedagang disini juga, mengikut sama patokan ketentuannya. Tidak ada istilahnya ada jual mahal sama jual murah. Kalau soal timbangannya saya pakai timbangan digital, supaya pembeli juga lihat langsung itu takarannya. Sesuai ji kah harga sama takarannya, itu bagusnya kalau timbangan digital tidak bisa bohong itu, apalagi dilihat langsung mi itu sama pembelinya”.⁹⁹

⁹⁷ Sumarni. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

⁹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: 2019), h, 398.

⁹⁹ Faidah. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

Penentuan harga buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap mengikut dengan ketentuan harga pasar. Kemudian pedagang buah menggunakan timbangan digital agar bisa menghindari kecurangan karena dengan timbangan digital pembeli bisa melihat sendiri takaran dan harga buah tersebut. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Bunga Eja selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

“Kita disini pakai timbangan digital. Karena bagus itu timbangan digital dek, naliat langsung mi pembeli harga sama takarannya. Apalahi kita kasi menghadap ke depan timbangannya, jadi pokoknya tidak bisa orang curang tidak bisa bohong. Kita kan harus jujur, apapun yang kita lakukan itu, apapun pekerjaan ta, harus kita selalu jujur”.¹⁰⁰

Pedagang buah lebih memilih untuk menggunakan timbangan digital di banding timbangan manual, karena dengan menggunakan timbangan digital pembeli juga dapat lebih yakin lagi mengenai hasil timbangan yang akan dibelinya.

3. Kehendak bebas

Kehendak bebas adalah suatu kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas. Kebebasan di dalam prinsip etika bisnis Islam merupakan bagian terpenting yang seharusnya dilakukan tanpa merugikan kepentingan kolektif. Dalam islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri dikarenakan kebebasan tersebut ada sejak manusia itu dilahirkan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti lakukan kepada Ibu Bunga Eja bahwa:

“Saya selalu memberikan kebebasan kepada pembeli saya dalam menawar harga, namun tetap dengan harga yang wajar, kalau terlalu

¹⁰⁰ Bunga Eja. Penjual Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 21 Agustus 2022.

murah kan saya sendiri yang rugi juga, yang penting pembeli saya nyaman membeli buah di tempat saya”.¹⁰¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa, penerapan etika Islam yang dilihat dari prinsip kehendak bebas telah diterapkan dengan baik di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. Dalam hal ini terlihat jelas bahwa para pedagang tetap memberikan kebebasan dalam proses penawaran namun tidak merugikan sebelah pihak, dalam artian harga yang ditawarkan dalam batasan tertentu dan keduanya sama-sama rela.

Selain itu menurut etika bisnis Islam, setiap para pelaku bisnis dalam berdagang hendaknya tidak semata-mata bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, akan tetapi yang paling penting adalah mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT.

Allah berfirman Dalam Q.S. An-Nisa /4: 29 bahwa:

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

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu.¹⁰²

Pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap bersaing secara sehat. Meskipun mereka menjual barang yang sama, mereka berusaha agar tempatnya ramai penjual. Mereka bersaing tanpa menjatuhkan pedagang

¹⁰¹ Bunga Eja. Penjual Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 21 Agustus 2022.

¹⁰² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: 2019), h. 90.

lainnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Isia selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

“Seperti yang kita lihat, disini banyak pedagang, jadi banyak pesaing. Yah, itu saja kalau kita berdagang harus sabar. Tidak boleh kita iri sama pedagang lain yang banyak pembelinya. Kita harus bersaing secara sehat, tidak boleh menjatuhkan atau menjelek-jelekkkan pedagang lain. Karena rejeki itu sudah diatur sama Allah. Kita bersaing dari segi pelayanan, pasti masing-masing orang berbeda caranya melayani pembeli begitu”.¹⁰³

Dalam hal ini, para pedagang tetap bersaing secara sehat. Meskipun mereka menjual dagangan yang sama, akan tetapi tidak ada sikap iri antara pedagang yang satu dengan yang lainnya.

4. Tanggung jawab

Prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam dilakukan untuk melakukan kehendak bebas, dengan adanya pertanggung jawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi keadilan dan kesatuan. Pada etika bisnis, manusia harus mampu bertanggung jawab saat memiliki kehendak bebas. Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Badri beliau menyatakan bahwa:

“Saya memang menyediakan berbagai buah-buahan, namun kalau sudah beberapa hari tidak laku saya tetap menjualnya. Jadi kalau dalam tanggung jawab tergantung kondisi buahnya, kalau bisa masih dijual kenapa tidak”.¹⁰⁴

¹⁰³ Isia. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 21 Agustus 2022.

¹⁰⁴ Badri. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

Adapun data yang peneliti dapatkan bahwa sebagian para pedagang tetap menjual buah yang kurang bagus dan memilih untuk tetap menjual barang tersebut, jadi para pedagang masih kurangnya tanggung jawab dalam melakukan penjualannya.

Banyaknya pesaing terhadap pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, memberikan kebebasan kepada pedagang untuk melakukan suatu hal yang menarik dalam memasarkan dagangannya. Pedagang bersaing secara sehat dan bertanggung jawab atas apa yang dilakukan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Sumarni selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

“Kalau disini bebas ji. Kita bebas melakukan apa saja, artinya kita bersaing secara sehat. Kita bebas melakukan yang kita mau, strategi berdagang yang mau kita lakukan. Yang penting kita selalu bertanggung jawab sama tidak ada yang dirugikan. Begitu kira-kira. Kita harus bisa memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli ta, sama itu juga selalu menjaga kualitasnya buah-buahan disini. Kalau misalnya ada pembeli membeli buah sebisa mungkin kita kasi cobakan. Jangan sampai kita bilang manis ternyata tidak manis pas dimakan. Jadi harus kita bertanggung jawab kalau begitu”.¹⁰⁵

Pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap mendapat kebebasan untuk melakukan apapun tetapi tetap bertanggung jawab atas apa yang mereka lakukan.

5. Kebenaran atau kejujuran

Kebenaran dalam konteks etika bisnis Islam, selain mengandung makna kebenaran tetapi juga mengandung unsur kebajikan dan kejujuran. Kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas dan upaya untuk menetapkan keuntungan.

¹⁰⁵ Sumarni. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 21 Agustus 2022.

Pedagang di pasar sentral Pangkajene Sidrap sangat menjunjung tinggi kejujuran. Pedagang harus bersikap ramah kepada pembeli dan selalu berperilaku jujur dalam kegiatan berdagang. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Hj. Faidah selaku pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap, bahwa:

“Kalau saya, saya lebih utamakan kejujuran. Kalau kita paham itu berdagang sesuai ajaran agama kita, agama Islam. Pasti kita selalu utamakan itu kejujuran. Kita selalu berperilaku jujur itu, wajib kita jujur sesama kita. Kita tidak boleh curang kalau kita menjual. Misalnya, kalau ada pembeli kita tanya yang sebenarnya. Kalau pembeli bertanya, manis ga ini, kita kasi coba. Kalau bilang merah ji ga ini, kita tanya juga merah ji yang dibelah, tidak tau kalau yang masih utuh. Apalagi kalau soal timbangan, kita harus jujur. Apalagi kita kan pakai timbangan digital, jadi kelihatan itu harga sama takarannya.¹⁰⁶

Pada konteks bisnis atau dagang, kebenaran memiliki maksud sebagai niat, sikap, dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad, proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun proses meraih dan menetapkan keuntungan. Kebijakan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan bersikap ramah. Pada intinya seorang pebisnis atau pedagang haruslah memiliki karakter yang jujur. Berdasarkan hasil wawancara yang di dapat peneliti kepada pedagang lain yaitu Ibu Isia mengatakan bahwa:

“Bagi saya sendiri kejujuran itu penting dalam berdagang, saya selalu memberi tahu kepada pembeli kalau buah saya sudah 2 hari. Kadang juga saya kasih lebih untuk pembeli langganan saya. Tapi ada juga saya tidak menerapkan, misalnya saya ambil buah sama orang lain kan modal saya disitu. Jadi kalau keadaan buah saya sudah lebih beberapa hari ya tergantung pembelinya beli, tapi harganya tetap sama. Karna modal saya kan disitu. Kalau saya terapkan kejujuran ini kan nanti bagaimana dengan dagangan saya”.¹⁰⁷

Dari hasil wawancara di atas dapat penulis simpulkan bahwa, penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli yang dilakukan oleh

¹⁰⁶ Faidah. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 20 Agustus 2022.

¹⁰⁷ Isia. Pedagang Buah. Wawancara di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap. 21 Agustus 2022.

para pedagang belum sepenuhnya menjalankan prinsip etika yang sesuai dengan bisnis Islam. Pentingnya menerapkan etika bisnis Islam dalam berdagang, agar para pebisnis atau pedagang terhindar dari apa yang dilarang oleh Allah Swt. dan menjalankan apa yang diajarkan, dengan menjalankan bisnis sesuai syariat Islam, pelaku bisnis terhindar dari berbagai kecurangan dan bentuk kedzaliman di dunia, serta mendatangkan berkah yang melimpah.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, diantaranya sebagai berikut:

1. Unsur persaingan usaha yang dilakukan pada pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap dalam menghadapi persaingan usaha diantaranya, pihak yang bersaing pada penelitian ini merupakan pedagang buah, adapun cara bersaing yang mereka gunakan adalah bersaing secara sehat dan tidak saling menjatuhkan sesama pedagang buah, dan produk yang dipersaingan berupa buah-buahan. Para pedagang buah juga berusaha meningkatkan kemampuannya dalam menjual tanpa menjatuhkan sesama pedagang buah.
2. Dampak persaingan usaha yang terjadi pada pedagang buah di pasar Sentral Pangkajene Sidrap terhadap banyaknya persaingan, yaitu adanya dampak negatif dan dampak positif. Adapun dampak negatifnya yaitu: kurangnya konsumen dan menurunnya pendapatan serta kesulitan mendapatkan konsumen bagi pedagang baru. Sedangkan dampak positifnya yaitu: penetapan harga yang wajar, pelayanan yang lebih berkualitas serta meningkatkan kreatif dan inovatif.
3. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha pedagang buah di pasar Sentral Pangkajene Sidrap yakni persaingan dari segi kualitas pelayanan dan kualitas produk, dalam hal ini buah-buahannya. Persaingan tersebut sudah memenuhi syarat yang sesuai dengan etika bisnis Islam karena dari segi

kualitas pelayanan, para pedagang berusaha memberikan pelayanan terbaik bersikap ramah dan berperilaku jujur serta bertanggung jawab atas apa yang dilakukan. Sedangkan dari segi kualitas produk, para pedagang berusaha menjelaskan kualitas buah-buahannya tanpa menjatuhkan pedagang lainnya.

B. Saran

Pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap berdagang sudah sesuai dengan syariat Islam atau etika bisnis Islam. Mereka menjalankan usaha sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam seperti kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kejujuran. Saran yang ingin penulis berikan yaitu pedagang bisa lebih menggali dan mencari tahu serta menerapkan dengan penuh prinsip-prinsip yang sesuai dengan etika bisnis Islam dalam berdagang. Kemudian pedagang lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan produknya atau buah-buahannya serta lebih kreatif dan inovatif dalam berdagang namun tetap sesuai dengan syariat Islam.

Bagi peneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian ini diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah sumber data dengan mewawancarai pembeli di sekitar pasar agar bisa memperoleh hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

Agus, Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Abdulkadir, Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010.

Akbar, Purnomo Setiady dan Husain Usman, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.

Al-Ghazali, Abdul Hamid, *Meretas Jalan Kebangkitan Islam, Peta Pemikiran Hasan Al-Bana, alih bahasa Wahid Ahmadi dan Ja siman*, Solo: Era Intermedia, 2001.

Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Amrullah, *Kemenangan Kapitalis dan Demokrasi Liberal*, Yogyakarta: Qalam, 2004.

Arijanto, Agus, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.

Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Badroen, Faisal, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.

Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004.

Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2002.

Firdaus, Slamet, Didi Sukardi, dkk, *Analisis Hukum islam Terhadap persaingan Usaha Home Industri Tape Ketan Cibeureum*, Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam, Vol.3, No.2, 2018.

Ghazaly, Abdul Rahman, et al, eds., *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010.

Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 2012.

Halifah, 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Pada Butik Moshaiet Surabaya', *Jurnal Kajian Bisnis*, 12 Februari 2022.

Haroen, Nasrun, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.

Hidayat, Dany, *Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat*, Jurnal JESTT, Vol. 2, No. 11, 2022.

- Ibrahim, Johny, *Hukum Persaingan Usaha*, Malang: Bayu Media, 2006.
- J. Moelong, Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008.
- Kuncoro, Mudrajad, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Kurniawan, Hendik Agus.2021. “Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada pasar Tradisional Pagesangeng Kecamatan Jambangan, surabaya)”.Skripsi Sarjana; UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021.
- Kusnadi, Edi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta Timur: Ramayana Pers, 2008.
- Marthon, Said Sa’ad, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2007.
- Maulana, Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, PT Remaja Rosdakarya , 2004.
- Medlin, Christopher J, and Chris Ellegaard. “Conceptualizing Competition and Rivalry in a Networking Business Market.” *Industrial Marketing Management*, 2015.
- Muzaiyin, Alwi Musa, *Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis islam*, Jurnal Qawanin, Vol. 2, No. 1, Januari, 2018..
- Puspitasari, Ira, *Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol.3, No.1, 2019.
- Rahmi, Ain, ‘Mekanisme Pasar Dalam Islam’, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 4, No 2, 2015.
- Ramadani, Veland, Léo Paul Dana, Vanessa Ratten, and Sadush Tahiri. “The Context of Islamic Entrepreneurship and Business: Concept, Principles and Perspectives.” *International Journal of Business and Globalisation*, 2015.
- Rice, Gillian. “Islamic Ethics and the Implications for Business.” *Journal of Business Ethics*, 1999.
- Rokan, Mustafa Kamal, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Sakaria. 2020. “Perilaku Pedagang Buah-Buahan di Pasar Pekkabata Terhadap Konsumen (Perspektif Etika Bisnis Islam)”. Skripsi; IAIN Parepare.
- Sugianto, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2011.

- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Suko, Novalia Fajar Mahanani, *Pola Pedagang Di Pasar Bandar Kota Kediri Dalam Menentukan Harga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*, Skripsi: STAIN Kediri, 2010.
- Sukotjo, Ibnu dan Basu Swastha , *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2001.
- Sundari. 2020. "Tinjaun Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo". Skripsi Sarjana; IAIN Ponorogo.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Usman, Rachmadi, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004 .
- Wijaya, Rengga Agnes. 2021."Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kamis desa Nanjungan Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan". Skripsi Sarjana; UIN Bengkulu.
- Yusanto, M. Ismail dan M. Karebat Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Zubair, Muhamad Kamal, *et al., eds., Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020*, Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020.

LAMPIRAN-LAMPIRAN





**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.2972/In.39.8/PP.00.9/07/2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

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

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : NASRUDDIN
Tempat/ Tgl. Lahir : PANGKAJENE SIDRAP, 22 FEBRUARI 2001
NIM : 18.2400.065
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH
Semester : VIII (DELAPAN)
Alamat : JL. SULTAN HASANUDDI LK II, KELURAHAN WALA,
KECAMATAN MARITENGGAE, KABUPATEN
SIDENRENG RAPPANG

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

TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP DAMPAK PERSAINGAN USAHA PEDAGANG BUAH DI PASAR SENTRAL PANGKAJENE SIDRAP

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Juli sampai selesai.

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

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

28 Juli 2022
Dekan,



Halifah Muhammadun



PEMERINTAH KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 JL. HARAPAN BARU KOMPLEKS SKPD BLOK A NO. 5 KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
 PROVINSI SULAWESI SELATAN
 Telepon (0421) - 3590005 Email : ptsp_sidrap@yahoo.co.id Kode Pos : 91611

IZIN PENELITIAN
Nomor : 275/IP/DPMTSP/7/2022

DASAR

1. Peraturan Bupati Sidenreng Rappang No. 1 Tahun 2017 Tentang Pendelegasian Kewenangan di Bidang Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidenreng Rappang
2. Surat Permohonan **NASRUDDIN** Tanggal **29-07-2022**
3. Berita Acara Telaah Administrasi / Telaah Lapangan dari Tim Teknis **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE** Nomor **B.2972/In.39.8/PP.00.9/07/2022** Tanggal **28-07-2022**

MENGIZINKAN

KEPADA

NAMA : NASRUDDIN

ALAMAT : JL. SULTAN HASANUDDIN LK. II, KEL. WALA, KEC. MARITENGGAE

UNTUK : melaksanakan Penelitian dalam Kabupaten Sidenreng Rappang dengan keterangan sebagai berikut :

NAMA LEMBAGA / UNIVERSITAS : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

JUDUL PENELITIAN : " TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP DAMPAK PERSAINGAN USAHA PEDAGANG BUAH DI PASAR SENTRAL PANGKAJENE SIDRAP "

LOKASI PENELITIAN : PASAR SENTRAL PANGKAJENE KECAMATAN MARITENGGAE KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

JENIS PENELITIAN : KUALITATIF

LAMA PENELITIAN : 01 Agustus 2022 s.d 31 Agustus 2022

Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung

Dikeluarkan di : Pangkajene Sidenreng
 Pada Tanggal : 29-07-2022




Biaya : Rp. 0,00

Tembusan :

- KEPALA PASAR SENTRAL PANGKAJENE KECAMATAN MARITENGGAE
- DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
- PERTINGGAL

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Asri
Jabatan : Kepala Pasar Sentral Pangkajene Sidrap
Alamat : Pangkajene Sidrap

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Nasruddin
NIM : 18.2400.065
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Parepare

Benar telah selesai melakukan penelitian di Pasar Sentral Pangkajene Kabupateng Sidenreng Rappang selama kurang lebih 2 (dua) bulan untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pangkajene, 15 September 2022



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

NAMA MAHASISWA : NASRUDDIN
 NIM : 18.2400.0065
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI : EKONOMI SYARIAH
 JUDUL : TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
 DAMPAK PERSAINGAN USAHA PEDAGANG
 BUAH DI PASAR SENTRAL PANGKAJENE
 SIDRAP

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara Untuk Pedagang Buah

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu menjual buah di sini?
2. Bagaimana cara Bapak/Ibu menarik konsumen untuk membeli buah di tempat anda?
3. Bagaimana Bapak/Ibu menentukan harga jual buah kepada konsumen?
4. Apakah ketentuan harga jual buah sama dengan pedagang lainnya?
5. Bagaimana dampak yang terjadi terhadap pedagang buah dengan banyaknya pesaing pedagang buah di pasar sentral Pangkajene Sidrap?

6. Apakah Bapak/Ibu mengetahui cara berdagang yang sesuai dengan syariat Islam atau etika bisnis Islam?
7. Menurut Bapak/Ibu seberapa penting peran etika bisnis islam dalam berdagang?
8. Menurut Bapak/Ibu, Apakah etika bisnis islam perlu diterapkan dalam berdagang?

Parepare, 28 Maret 2022

Mengetahui,

Pembimbing Pendamping

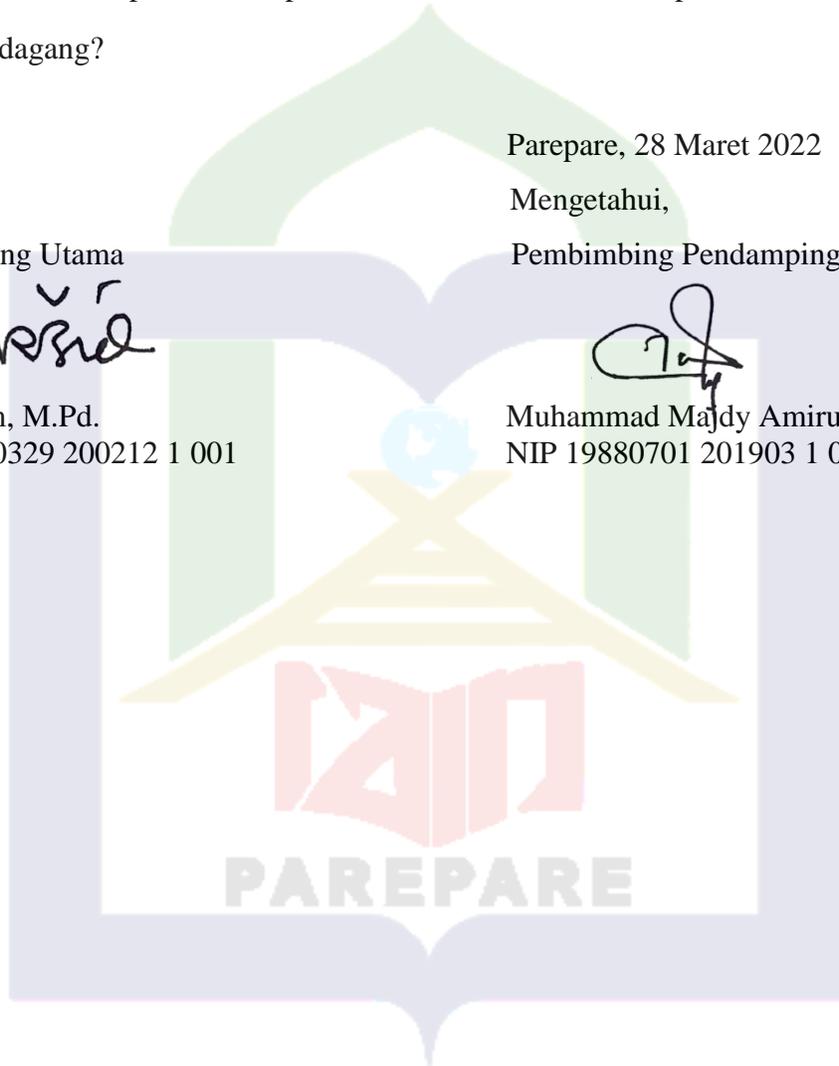
Pembimbing Utama



Dr. Arqam, M.Pd.
NIP 19740329 200212 1 001



Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA.
NIP 19880701 201903 1 007



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sunarni
Umur : 35 Tahun
Alamat : Pangkajene
Jenis Kelamin : perempuan
Pekerjaan : Pedagang Buah

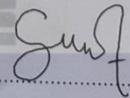
Menerangkan bahwa:

Nama : Nasruddin
Nim : 18.2400.065
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah Di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap**".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pangkajene, 19 Agustus 2022


(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Seruni
Umur : 22 Tahun
Alamat : pangkajene
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Pedagang Buah

Menerangkan bahwa:

Nama : Nasruddin
Nim : 18.2400.065
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah Di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap"**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pangkajene, 19 Agustus 2022


(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : *isia*
Umur : *63 Tahun*
Alamat : *Pangkajene*
Jenis Kelamin : *Perempuan*
Pekerjaan : *Pengual Buah*

Menerangkan bahwa:

Nama : *Nasruddin*
Nim : *18.2400.065*
Pekerjaan : *Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah*
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah Di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap**".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pangkajene, *19* Agustus 2022

(Signature)
(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : H. Badri
Umur : 50 Tahun
Alamat : Pangkajene
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Wirasuwasta

Menerangkan bahwa:

Nama : Nasruddin
Nim : 18.2400.065
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah Di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap"**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pangkajene, 20 Agustus 2022

()

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : *Sumurni*
Umur : *31 Tahun*
Alamat : *Pangkajene*
Jenis Kelamin : *Perempuan*
Pekerjaan : *Wirawasta*

Menerangkan bahwa:

Nama : Nasruddin
Nim : 18.2400.065
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah Di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap"**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pangkajene, 20 Agustus 2022

(.....*Surya*.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : *Hj. Faidah*
Umur : *40 Tahun*
Alamat : *Jl. Andi Matikasan, Pangkajene*
Jenis Kelamin : *Perempuan*
Pekerjaan : *Penjual buah*

Menerangkan bahwa:

Nama : Nasruddin
Nim : 18.2400.065
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah Di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap**".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pangkajene, 20 Agustus 2022

(Signature)
(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Wafit
Umur : 61
Alamat : Pangkajene
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : wirasuwasta

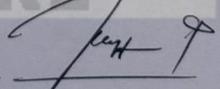
Menerangkan bahwa:

Nama : Nasruddin
Nim : 18.2400.065
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah Di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap**".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pangkajene, 20 Agustus 2022


(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Bunga Eja
Umur : 34 Tahun
Alamat : Pangkajene
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan :

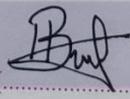
Menerangkan bahwa:

Nama : Nasruddin
Nim : 18.2400.065
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah Di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap"**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pangkajene, 21 Agustus 2022


(.....)

DOKUMENTASI WAWANCARA







BIODATA PENULIS



Nasruddin, Lahir pada tanggal 22 Februari 2001. Alamat Pangkajene, Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang. Anak ke tiga dari tiga bersaudara. Ayah bernama Nurdin dan Ibu bernama Nasirah. Adapun riwayat Pendidikan penulis yaitu memulai Pendidikan pada Tahun 2006-2012 di SD Negeri 16 Pangkajene.

Tahun 2012-2015 di MTS Ma'had DDI Pangkajene Sidrap. Tahun 2015-2018 di MA Ma'had DDI Pangkajene Sidrap. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan ke salah satu perguruan tinggi Negeri di Kota Parepare pada Tahun 2018 yaitu Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN) dengan mengambil Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Program Studi Ekonomi Syariah. Penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Anabannae, Kecamatan Pitu Riawa, Kabupaten Sidenreng Rappang dan melaksanakan Peraktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Parepare. Penulis menyelesaikan Skripsi sebagai tugas akhir dengan judul: *"Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Dampak Persaingan Usaha Pedagang Buah di Pasar Sentral Pangkajene Sidrap"*.

PAREPARE