

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM  
DALAM PERSAINGAN PARA PENJUAL  
(Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto  
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E.Sy)

Oleh:  
**ISMATUL CHALIMAH**  
NIM. 1123203083

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTASEKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2017**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM  
DALAM PERSAINGAN PARA PENJUAL  
(Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto)**

**Ismatul Chalimah**  
NIM 1123203083

E-mail : [chacha28chalimah@gmail.com](mailto:chacha28chalimah@gmail.com)  
Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri ( IAIN ) Purwokerto

**ABSTRAK**

Persaingan bisnis dapat terjadi dimana saja salah satunya di Pasar Wage Purwokerto. Persaingan bisnis yang terjadi di Pasar Wage menyangkut persaingan harga antar para penjual baik yang berjualan eceran maupun grosir. Persaingan harga ini lumrah terjadi dalam setiap aktifitas perdagangan dengan berbagai alasan dan motif. Di pasar wage salah satu alasan yang penulis dapatkan dari adanya persaingan harga ini adalah karena tidak ingin pesaingnya lebih unggul ( menang dalam bersaing ) sehingga beberapa penjual yang memiliki modal lebih banyak menurunkan harga barangnya jauh dibawah harga yang terjadi dipasar. Dimana penurunan harga ini bukan semata-mata untuk meraup banyaknya konsumen yang membeli namun lebih kepada tidak ingin ada pesaing.

Penulis menyadari bahwa tidak semua pedagang yang memiliki modal lebih melakukan strategi harga yang demikian salah satunya yaitu Toko Grosir Al-Araffah. Toko Grosir Al-Araffah adalah salah satu sentra penjualan berbagai macam kerudung grosir di Pasar Wage Purwokerto. Dalam bisnis penjualan ini tentunya akan melahirkan persaingan dalam bisnis, namun Islam menuntun manusia untuk menerapkan Etika Bisnis Islam dalam bersaing seperti yang diajarkan oleh Rasulullah Saw dengan berlaku jujur, menggunakan persaingan yang sehat, menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan koridor Islam, serta menerapkan pelayanan yang terbaik untuk konsumen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penulis akan mengumpulkan data dengan cara mendatangi langsung ke lapangan, lembaga yang menjadi objek penelitian untuk mengetahui penerapan Etika Bisnis Islam dalam Persaingan di Toko Grosir Al-Araffah melalui pendekatan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa Toko Grosir Al-Araffah setidaknya telah menerapkan beberapa Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan dalam berjualan dengan menerapkan sifat jujur dalam berbisnis, menggunakan strategi pemasaran yang sesuai dengan syari'at Islam dengan tidak menjelakkan bisnis pesaingnya, serta melakukan persaingan yang *fire*.

Kata kunci : Implementasi, Etika Bisnis Islam, Persaingan, Toko Grosir Al-Araffah.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xviii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	6
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
E. Telaah Pustaka .....	9
F. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG ETIKA BISNIS ISLAM DAN</b> <b>PERSAINGAN</b> .....	17

A. Persaingan .....	17
1. Definisi Persaingan .....	17
2. Strategi dalam Persaingan.....	20
3. Konsep Persaingan dalam Islam .....	29
B. Etika Bisnis Islam .....	34
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	34
2. Sumber Hukum Bisnis dalam Islam .....	38
3. Prinsip – prinsip Etika Bisnis Islam.....	44
4. Penerapan Etika Islam dalam Bisnis.....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
A. Jenis Penelitian.....	55
B. Lokasi Penelitian.....	55
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	56
1. Subjek Penelitian .....	56
2. Objek Penelitian.....	56
D. Sumber Data.....	57
1. Data Primer ( <i>Primary Data</i> ) .....	57
2. Data Sekunder ( <i>Secondary Data</i> ) .....	57
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
1. Observasi.....	58
2. Wawancara.....	59
F. Teknik Analisis Data.....	61

<b>BAB IV ANALISIS IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSAINGAN .....</b>	<b>63</b>
A. Gambaran Umum Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto....	63
B. Penerapan etika bisnis Islam dalam persaingan bisnis pada Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto. ....	66
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran-saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>



**IAIN PURWOKERTO**

# BAB I

## PENDAHULUAN

Bisnis adalah aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari laba. Karena itu, bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktivitas persaingan. Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan. Jika ini dijadikan dasar bisnis maka praktek bisnis harus menjalankan aktivitas persaingan yang sehat.<sup>1</sup> Selain itu persaingan bisnis tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi para pelakunya. Dalam persaingan usaha hendaknya ada komitmen bersama diantara para pesaing terhadap konsep persaingan, yaitu persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing bisnis, namun dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.<sup>2</sup> Menganggap bahwa pesaing bisnis bukanlah musuh, namun dianggap sebagai *benchmark*.

Daya saing harga yang diajarkan oleh Rasulullah yaitu tidak melakukan kecurangan yang nantinya akan merugikan pihak lain seperti sistem *predatory pricing*, serta tidak menjelek-jelekkan barang dagangan pesaing. Pakailah strategi pemasaran yang sehat seperti dengan mengenali pelanggan, melakukan promosi dengan cara baik yaitu tidak melakukan kebohongan untuk menarik minat konsumen, memilih lokasi yang strategis, dan menjalin hubungan

---

<sup>1</sup>Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), hlm, 250.

<sup>2</sup>Ismail Yusanto, M. Karebet Widjajakusuma, *Mengganggu Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002) hlm. 95.

baik dengan pelanggan.<sup>3</sup> Dengan cara-cara ini tiap pelaku bisnis akan mampu meningkatkan penjualan tanpa harus merugikan pihak lain.

Persaingan bisnis dapat terjadi dimana saja salah satunya di Pasar Wage Purwokerto. Persaingan bisnis yang terjadi di Pasar Wage menyangkut persaingan harga antar para penjual baik yang berjualan eceran maupun grosir, namun yang penulis lakukan penelitian hanya persaingan harga untuk para penjual yang berjualan grosir. Persaingan harga ini lumrah terjadi dalam setiap aktifitas perdagangan dengan berbagai alasan dan motif. Di pasar wage salah satu alasan yang penulis dapatkan dari adanya persaingan harga ini adalah karena tidak ingin pesaingnya lebih unggul ( menang dalam bersaing ) sehingga beberapa penjual yang memiliki modal lebih banyak menurunkan harga barangnya jauh dibawah harga yang terjadi dipasar. Dimana penurunan harga ini bukan semata-mata untuk meraup banyaknya konsumen yang membeli namun lebih kepada tidak ingin ada pesaing. Penulis menyadari bahwa tidak semua pedagang yang memiliki modal lebih melakukan strategi harga yang demikian salah satunya yaitu Toko Grosir Al-Araffah.

Toko Al-Araffah berdiri 4 tahun yang lalu, dengan bertempat di komplek Ruko Gede no.G7 depan Klenteng Pasar Wage Purwokerto. Bapak Deden Muhammad Subchan sebagai pemilik toko menjual berbagai perlengkapan busana dan hijab, selain itu beliau juga memiliki brand sendiri. Diusianya yang baru 4 tahun, Toko Grosir Al-Araffah mampu bersaing di pasar wage Purwokerto. Hal ini terbukti dari 13 toko grosir yang penulis wawancarai 4 toko memakai strategi

---

<sup>3</sup>Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : PT. Buku Seru, 2015), hlm, 26-28.

persaingan harga dibawah harga pasar, 9 toko melakukan persaingan yang sehat. Kemudian 4 dari 9 toko telah berusia diatas 10 tahun dan sisanya dibawah 10 tahun termasuk toko Grosir Al- Arrafah. Namun meski diusia yang masih begitu muda omset yang mampu dikumpulkan mencapai 7 hingga 15 juta per hari. Hasil tersebut tentunya terbilang gemilau diusianya yang masih sangat muda dan hampir lebih tinggi dari salah satu toko yang berusia sudah 11 tahun yang seharusnya sudah memiliki banyak sasaran market.

Selain itu, Toko Al-Araffah juga sudah mampu menjadikan pelayanan terbaik (*service excellent*) terhadap konsumen. Salah satunya dengan menonjolkan sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab yang baik akan memberikan daya tarik tersendiri dan menjadikan kesan lebih dibenak konsumen.<sup>4</sup> Persaingan bisnis yang ketat inilah yang memotivasi Bapak Deden Muhammad Subchan lebih mengutamakan sistem ekonomi syari'ah. Beliau lebih mementingkan kualitas dan kepuasan konsumen sehingga konsumen percaya akan produk-produk beliau. Karena jika konsumen sudah puas dan percaya, hal ini dapat dijadikan batu loncatan dalam promosi ke konsumen yang lain. Hingga akhirnya bukan hal mustahil akan mampu untuk memajukan bisnis.<sup>5</sup>

Berdasarkan deskripsi itulah, penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih mendalam terkait dengan implementasi etika bisnis Islam dalam persaingan para penjual pada Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto.

---

<sup>4</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Cet. 2, (Jakarta: PT Gramedia, 2004), hlm, 26-27.

<sup>5</sup> Wawancara dengan pemilik Toko Grosir Al-Araffah, bapak Deden Muhammad Subchan, tanggal, 6 Maret 2015, 16.44.



Selain itu ada beberapa hal yang menjadi alasan penulis mengambil lokasi penelitian di Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto, diantaranya mitra yang dimiliki oleh toko Al-Araffah tersebut sudah berkembang di daerah Purwokerto bahkan sampai diluar Purwokerto seperti, Banjarnegara, Wonosobo, Kroya, Majenang, Purbalingga, Wangon, dan Ajibarang.

Oleh karena itu, penulis mengambil judul “ **Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Para Pedagang** “ dengan melakukan studi di Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto.

## **B. Definisi Oprasional**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan, terlebih dahulu penulis jelaskan arti kata atau istilah dari kata-kata penting yang terdapat dalam judul, diantaranya :

### **1. Implementasi**

Dalam kamus ilmiah populer, implementasi adalah penerapan. Penggunaan implemen dalam kerja, pelaksanaan, pengerjaan hingga terwujud pengengjawantahan penerapan implemen<sup>6</sup>. Implementasi dalam penelitian ini berarti sebuah pelaksanaan dari konsep atau rencana-rencana yang telah tersusun dan berkaitan dengan etika bisnis Islam dalam persaingan.

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

Secara umum etika didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan mana yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang ilmu

---

<sup>6</sup> Hendro Darmawan, dkk, *Kamus Ilmiah Populer Lengkap*, Cet.4, (Yogyakarta: Bintang Cemerlang, 2013), hlm, 223.

yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dan tidak boleh dilakukan oleh seseorang.<sup>7</sup>

Bisnis Islam (syari'ah) adalah bisnis yang santun, bisnis yang penuh dengan kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing, sesuai yang dicontohkan Nabi SAW sebagai entrepreneur muda dan berpegang teguh pada Al-Qur'an.<sup>8</sup>

Jadi dalam tulisan ini yang dinamakan etika bisnis Islam yaitu seperangkat prinsip moral yang membedakan mana yang baik dan yang buruk dalam berbisnis sesuai dengan syariat Islam seperti yang dicontohkan oleh nabi Muhammad SAW.

### 3. Persaingan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia persaingan adalah usaha memperlihatkan keunggulan masing-masing pihak yang dilakukan oleh perseorangan ( perusahaan, negara ) pada bidang perdagangan, produksi, persenjataan, dan sebagainya. Kemudian, persaingan dalam penelitian ini berarti suatu usaha menjadi yang terbaik diantara para penjual dalam menjalankan bisnis untuk mencapai keuntungan yang diinginkan dengan cara yang baik.

### 4. Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto

Merupakan pusat belanja grosir yang menyediakan berbagai jenis pakaian muslim, peralatan sholat, daster dan yang menjadi komoditas utama

---

<sup>7</sup> Taha Jabir Al- Alwani, *Bisnis Islam, terj*, Suharsono, (Yogyakarta: AK Group, 2005), hlm, 4.

<sup>8</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm, 256.

adalah hijab. Toko Grosir Al-Araffah menjadi salah satu sentra belanja masyarakat dalam mencukupi kebutuhan sandang untuk kemudian dijual kembali. Toko Grosir Al-Araffah ini terletak di kompleks pasar Wage Ruko Gede nomor G7 depan Klenteng Purwokerto.

Jadi dalam penelitian ini yang dimaksud dengan Implementasi etika bisnis Islam dalam persaingan pada Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto adalah penerapan bisnis sesuai dengan syariat Islam dalam bersaing untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan dengan cara yang *fair* sehingga tidak merugikan pihak lain.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis paparkan, yang menjadi pokok permasalahan yaitu :

“ Bagaimana Toko Grosir Al-Araffah menerapkan Etika Bisnis Islam dalam persaingan bisnis? ”

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### 1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana penerapan Etika Bisnis Islam yang dilakukan oleh Toko Grosir Al-Araffah dalam persaingan bisnis.

#### 2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritik penelitian ini untuk menambah wawasan keilmuan terutama dibidang bisnis secara syari'at.

- b. Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan acuan suatu perusahaan atau toko yang ada di pasar wage Purwokerto dan sekitarnya dalam menjalankan bisnis secara syari'ah, sehingga hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran secara teoritik maupun praktik dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan dibidang bisnis secara syari'ah.

#### **E. Telaah pustaka**

Berdasarkan kajian pustaka yang dilakukan, penulis mendapatkan beberapa informasi dari beberapa sumber yang layak untuk disajikan khususnya tentang etika bisnis Islam dalam persaingan yang dapat membantu penulis dalam menggabungkan teori dan hasil penelitian sebelumnya sebagai acuan dalam telaah pustaka.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yontomi dengan judul "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Toko Aneka Busana Karanglewas Banyumas", dia menyimpulkan bahwa dalam bertransaksi bisnis harus sesuai dengan syari'at Islam. Kemudian dalam penelitiannya toko aneka busana Karanglewas telah melaksanakan etika bisnis Islam yaitu dengan berlaku jujur, adanya kerjasama antar karyawan, memberikan pelayanan yang baik pada konsumen, dan memegang teguh prinsip halal haram<sup>9</sup>.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fitria Amalia dengan judul "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok" dia menyimpulkan bahwa etika bisnis Islam juga diterapkan pada para pedagang di

---

<sup>9</sup> Yontomi, *Implementasi Etika Bisnis Islam pada Toko Aneka Busana Karanglewas Banyumas*, Skripsi Program Sarjana Ekonomi Islam STAIN Purwokerto, 2012.

Bazar Madinah Depok sehingga apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.<sup>10</sup>

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Saman dengan judul “Persaingan Industri Pt. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Dalam Islam)”, dia menyimpulkan bahwa sikap dan perilaku yang ditanamkan oleh PT. Pancanata Centralindo terhadap karyawannya dalam menghadapi persaingan bisnis sudah sesuai dengan etika bisnis islam yaitu dengan jujur dalam bertindak dan bersikap, rajin, tepat waktu, tidak pemalas, memiliki rasa tanggung jawab, dan rasa memiliki perusahaan yang tinggi. Namun masih ada karyawan yang belum mempraktekan sikap dan tindakan tersebut terbukti masih ada karyawan yang menjual produk dengan harga yang tidak sama dengan harga yang telah ditentukan oleh perusahaan.<sup>11</sup>

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zulkipli dengan judul “ Etika bisnis Islam Dalam persaingan usaha pada PT. Asuransi syari’ah Mubarakah “, dia menyimpulkan bahwa persaingan yang dilakukan oleh PT. Asuransi syari’ah Mubarakah berpedoman pada al-Qur’an dan Sunnah. Etika bisnis Islam dalam persaingan usaha pada PT. Asuransi Syari’ah Mubarakah, dibagi menjadi dua, yaitu secara tersurat dan tersirat. Adapun bentuk dari adanya etika bisnis secara tersurat bisa dilihat pada adanya tata tertib kerja dan pelanggaran serta akad (kontrak kerja). Sedangkan yang tersirat dapat dilihat pada budaya (culture)

---

<sup>10</sup> Fitria Amalia, *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok*, Skripsi Program Sarjana Ekonomi Syariah Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.

<sup>11</sup> Muhammad Saman, *Persaingan Industri Pt. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Dalam Islam)*, Skripsi Program Sarjana Ekonomi Syariah Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.

Islam, maka dalam ekonomi Islam adalah dengan budaya yang Islami, di mana terdapat suatu sistem, pelaku dan budaya yang Islami. Sehingga hal tersebut berkaitan dengan adanya company profile, nilai-nilai yang terkandung dalam operasional perusahaan dan adanya program-program keagamaan.<sup>12</sup>

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adimas Fahmi Firmansyah dengan judul “Praktek Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Santri Syari’ah Surakarta “, menyimpulkan bahwa Toko Santri Syari’ah telah menerapkan etika bisnis Islam dan sesuai dengan kaidah-kaidah Islam. Dalam hal permodalanpun tidak ada unsur riba. Selain itu Toko Santri Syari’ah dalam hal sosial telah menunaikan kewajibannya seperti memabayar zakat, infak, dan shadaqah. Akan tetapi Toko Santri Syaria’ah kurang dalam hal pembinaan karyawan, baik dalam hal pelatihan dan pengetahuan tentang etika bisnis Islam.<sup>13</sup>

Dalam buku yang ditulis oleh Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma dengan judul *Menggagas Bisnis Islami* dia menjelaskan bahwa persaingan bisnis yang sehat menurut Islam minimal ada tiga unsur yang harus dicermati yaitu :<sup>14</sup>

1. Pihak-pihak yang bersaing. Dalam Islam bersaing adalah memberikan yang terbaik dalam bisnis bukan untuk mematikan pesaing atau hanya sekedar memenangkan persaingan.

---

<sup>12</sup> Zulkipli, *Etika bisnis islam Dalam persaingan usaha Pada PT. Asuransi syari’ah Mubarakah*, Skripsi Program Sarjana Ekonomi Syariah Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.

<sup>13</sup> Adimas Fahmi Firmansyah, *Praktek Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Santri Syari’ah Surakarta*, Skripsi Program Sarjana Ilmu Hukum Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.

<sup>14</sup> Muhammad Ismail Yusanto & Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm, 92-97.

2. Segi Cara Bersaing. Memberikan pelayanan terbaik (*service excellent*), tidak memberikan suap, tidak memanipulasi produk, jujur dengan kualitas produk, dan tidak diperkenankan memberikan fasilitas khusus pada seseorang atau sekelompok bisnis misalnya tentang teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, dan penghapusan pajak.
3. Produk yang diperasingkan. Produk yang diperasingkan harus halal, tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing, dan tempat yang digunakan harus bebas dari hal-hal yang diharamkan, dan tidak memberikan pelayanan yang mengundang maksiat.

Review penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut ini :

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Hasil Penelitian
1	Yontomi (2012)	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Toko Aneka Busana Karanglewas Banyumas	Toko Aneka Busana Karanglewas telah melaksanakan etika bisnis Islam yaitu dengan berlaku jujur, adanya kerjasama antar karyawan, memberikan pelayanan yang baik pada konsumen, dan memegang teguh prinsip halal haram.
2	Fitria Amalia (2010)	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok	Pedagang di Bazar Madinah Depok sudah menerapkan etika bisnis Islam sehingga apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk

			mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.
3	Muhammad Saman (2010)	Persaingan Industri Pt. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Dalam Islam)	PT. Pancanata Centralindo menerapkan sikap dan perilaku terhadap karyawannya dalam menghadapi persaingan bisnis sudah sesuai dengan etika bisnis Islam dengan jujur dalam bertindak dan bersikap, rajin, tepat waktu, tidak pemalas, memiliki rasa tanggung jawab, dan rasa memiliki perusahaan yang tinggi.
4	Zulkipli (2010)	Etika bisnis islam Dalam persaingan usaha Pada Pt. Asuransi syari'ah mubarakah	Persaingan yang dilakukan oleh PT. Asuransi syari'ah Mubarakah berpedoman pada al-Qur'an dan Sunnah. Hal ini terbukti secara tersurat dari adanya tata tertib kerja dan pelanggaran serta akad (kontrak kerja) yang sesuai dengan syari'ah. Sedangkan hal tersirat dapat dilihat pada budaya Islami yang berkaitan dengan adanya company profile, nilai-nilai yang terkandung dalam operasional perusahaan dan adanya program-program keagamaan.
5	Adimas Fahmi Firmansyah	Praktek Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada	Toko Santri Syari'ah telah menerapkan etika bisnis Islam dan



	(2013)	Toko Santri Syari'ah Surakarta	sesuai dengan kaidah-kaidah Islam. Dalam hal permodalanpun tidak ada unsur riba. Selain itu Toko Santri Syari'ah dalam hal sosial telah menunaikan yang kewajibannya seperti memabayar zakat, infak, dan shadaqah. Akan tetapi Toko Santri Syaria'ah kurang dalam hal pembinaan karyawan, baik dalam hal pelatihan dan pengetahuan tentang etika bisnis Islam.
--	--------	-----------------------------------	--

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

1. Penelitian ini di lakukan di Toko Grosir Al- Arrafah Pasar Wage Purwokerto
2. Dalam penelitian ini yang akan dibahas adalah bagaimana persaingan bisnis yang *fire* sesuai dengan etika bisnis Islam. Karena dari observasi penulis ada beberapa penjual yang bersaing dengan strategi menurunkan harga barang dibawah harga pasar untuk tujuan menyingkirkan pesaing bisnis, dimana praktek tersebut dapat merugikan pihak lain dan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan adalah deskripsi tentang uraian penelitian yang dirangkum secara ringkas dalam bentuk bab-bab. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah pembaca dalam dalam memahami substansi dalam penelitian ini,

dimana penulis membagi pokok-pokok pembahasan menjadi lima bab yang meliputi :

Bab *Pertama*, adalah pendahuluan yang isinya mengenai latar belakang masalah, definisi oprasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penetian, telaah pustaka, dan sistematika penulisan. Dalam latar belakang masalah penulis memaparkan tentang persaingan bisnis yang sehat ( *fair* ) sesuai dengan etika bisnis Islam, serta mengulas sedikit mengenai lokasi yang dijadikan untuk tempat penelitian oleh penulis. Sehingga dari latar belakang masalah ini muncul suatu permasalahan yang kemudian akan dibahas dalam penelitian ini. Selain itu dalam pendahuluan ini juga terdapat kajian pustaka yang dapat mendukung penelitian ini.

Bab *Kedua*, adalah landasan teori yang meliputi teori-teori yang berkaitan dengan tema penelitian yang nantinya akan digunakan dalam analisis data. Dalam penelitian ini landasan teori yang digunakan mengenai persaingan bisnis dan etika bisnis Islam yang meliputi, pengertian persaingan, strategi dalam persaingan, konsep persaingan dalam Islam, pengertian etika bisnis Islam, sumber hukum bisnis dalam Islam, aksioma etika bisnis Islam, serta penerapan etika Islam dalam bisnis.

Bab *Ketiga*, adalah metode penelitian yang didalamnya mencakup mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab *Keempat*, mengenai pembahasan dari hasil penelitian penulis terkait dengan implementasi etika bisnis Islam dalam persaingan yang berlokasi di Toko grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto.

Bab *Kelima*, adalah penutup yang meliputi kesimpulan dari keseluruhan penelitian ini, yang didalamnya disertai dengan saran-saran dari penulis.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Strategi-strategi yang digunakan oleh Toko Grosir Al-Araffah untuk memenangkan persaingan adalah dengan strategi yang mengutamakan inovasi pada produk-produknya seperti penggunaan payet pada hijab, penggunaan bordir pada hijab dan mukena, menciptakan dan menjual produk-produk sesuai dengan selera konsumen misalnya dengan membuat pakaian dengan *brand* “ Al-Araffah “, dari *brand* ini paling tidak bapak Deden ingin mendeklarasikan bahwa tokonya menggunakan syari’at Islam yaitu dengan bahan yang sesuai pesanan konsumen dan menggunakan kesempatan dengan sebaik-baiknya dengan berusaha selalu tepat waktu dalam menyediakan pesanan barang untuk konsumen.

Untuk penerapan Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Toko Grosir Al-Araffah setidaknya sudah mampu menerapkan beberapa prinsip Etika Bisnis Islam, seperti :

1. Jujur, dalam menjalankan bisnis untuk memenangkan persaingan Toko Grosir Al-Araffah berusaha berlaku jujur dengan tidak menutupi cacat atau kekurangan barang yang dijual, transparan akan harga, serta tidak menjelek-jelekkan bisnis pesaingnya.
2. Melakukan pelayanan yang baik (*Service Excellent*) pada semua konsumennya, pelayanan terbaik ini dilakukan Toko Al-Araffah dengan memahami apa mau dan kebutuhan dari konsumen sehingga konsumen

merasa puas dan senang, mengutamakan sikap ramah tamah, murah senyum, dan menjunjung tinggi rasa hormat pada konsumen terutama saat sedang melayani konsumen.

3. Mengedepankan prinsip kebaikan seperti prinsip halal dan haram, Toko Al-Araffah sendiri dalam melakukan persaingan bisnis tidak menghalalkan semua cara untuk mendapatkan tujuan yang ingin dicapai. Strategi yang digunakan toko Al-Araffah untuk memenangkan persaingan dengan menjual produk yang berkualitas dengan harga yang relatif cukup murah, berinovasi menciptakan produk-produk baru dengan kualitas yang lebih baik, serta selalu mengedepankan sikap ramah tamah. Sehingga persaingan yang terjadi tidak merugikan pihak lain.
4. Menerapkan strategi pemasaran sesuai syariat Islam, strategi pemasaran ini mencakup empat hal ( produk, harga, tempat dan promosi ).
  - a. Produk ( *product* ), untuk memenangkan persaingan dalam pembuatan barang atau pemesanan barang ke distributor Toko Grosir Al-Araffah mengikuti selera atau minat konsumen, kualitas dan bahan yang digunakan disesuaikan dengan yang digemari konsumen. Sedangkan untuk *brand* Al-Araffah bapak deden menggunakan model yang simple namun tetap elegan sehingga cocok dipakai oleh wanita muslimah karena tidak terlalu mencolok mata.
  - b. Harga, dalam strategi harga produk baru Toko Al-Araffah menggunakan strategi *marketpenetration pricing*, yaitu memberikan harga yang lebih murah dalam rangka meningkatkan permintaan. Namun penetapan harga

yang murah ini bukan untuk menjatuhkan pesaing bisnis. Penggunaan harga yang lebih murah ini hanya digunakan Toko Al-Araffah untuk produk-produk tertentu, misalnya untuk krudung sekolah, kerudung paris, kerudung pelangi, dan kerudung sofi paris.

- c. Tempat, untuk tempat sendiri bapak Deden sudah memilih tempat yang tepat yaitu terletak tepat di pinggir jalan Ruko Gede Pasar Wage, sehingga mudah dicari dan dilihat orang yang lalulalang. Selain itu tempat yang digunakan untuk berjualanpun tidak mengandung unsur-unsur haram seperti adanya gambar-gambar pornografi atau mengajarkan karyawan untuk berpakain yang seksi dengan tujuan menarik pelanggan.
- d. Promosi, Toko Grosir Al-Araffah menerapkan strategi promosi dengan memberikan kebebasan pada konsumen atau pelanggan untuk menukar barang yang dibeli jika terdapat cacat pada barang, serta tidak membatasi kapan penukarannya. Selain itu bapak Deden juga memberikan diskon dan THR pada pelanggan-pelanggannya. Selain itu bapak Deden juga menggunakan media elektronik seperti bbm dan whatsapp.

## **B. Saran-saran**

1. Untuk Toko Grosir Al-Araffah
  - a. Toko Grosir Al-Araffah harus lebih maksimal dalam upaya pemasaran produknya agar jaungkauan marketnya lebih banyak.
  - b. Toko Grosir Al-Araffah hendaknya mampu memanfaatkan media elektronik yang lebih banyak agar pangsa pasar lebih banyak.

- c. Toko Grosir harus mampu menciptakan produk-produk “ Al-Araffah “ yang lebih beragam lagi dengan kualitas harga yang sesuai.
- d. Toko Grosir Al-Araffah harus mampu membedakan mana patneur bisnis mana rival bisnis namun bukan untuk menjatuhkan.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Jika peneliti ingin menggunakan tema yang sama hendaknya dikaji lebih dalam lagi mengenai Etika Bisnis Islam nya karena di jaman sekarang banyak orang yang dibutakan oleh materi sehingga tidak peduli dengan aturan Islam dan hanya memikirkan kepentingan pribadi.



IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdurahman & Soejono. 1993. *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Adya Brata, Atep. 2004. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Cet. 2. Jakarta: PT Gramedia.
- Ahmad, Mustaq. 2003. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta : Pustaka Al-Kautsar.
- Alma, Buchori. 1998. *Pengantar Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Amalia, Fitria. 2010. *Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok*. Skripsi. Jakarta : Universitas Syarif Hidayatullah.
- Amin, Ahmad. 1995. *Etika (Ilmu Akhlak)*, diterj. Farid Ma'ruf. Jakarta : PT. Bulan Bintang.
- Amin Suma, Muhammad. 2008. *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. Jakarta : Kholam Publishing.
- Antonio, Muh. Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Teori dan Praktek*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Badroen, Faisal, dkk. 2007. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : Kencana.
- Bertens, K. 1997. *Etika*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dahlan, Ahmad. 2009. *Pengantar Ekonomi Islam*. Purwokerto : STAIN Press.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif: Ancangan metodologi, prestasi dan publikasi hasil penelitian untuk mahasiswa dan peneliti pemula bidang ilmu-ilmu sosial, pendidikan dan humaniora*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Darmawan, Hendro. 2013. *Kamus Ilmiah Populer Lengkap, cet.4*. Yogyakarta: Bintang cemerlang.
- Firmansyah, Adimas Fahmi. 2013. *Praktek Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Santri Syari'ah Surakarta)*. Skripsi. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga.
- Hafidhudin, Didin & Hendri Tanjung. 2003. *Management Syariah Dalam Praktik*. Jakarta : Gema Insani Press.



- Hasan, Ali. 2004. *Manajemen Bisnis Syari'ah kaya di dunia terhormat di akhirat*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Hosen, M. Nadrattuzaman, dkk. 2008. *Khutbah Jum'at Ekonomi Syari'ah*. Jakarta : PKES.
- Ibnu Sujojto, Basu Swasta. 2000. *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Yogyakarta : Liberty Offset Yogyakarta.
- J. Moleong, Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Jabir Al-Alwani, Taha. 2005. *Bisnis Islam, terj, Suharsono*. Yogyakarta : AK Group.
- Karim, Adiwarmanto. 2007. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Management Pemasaran Teori dan Praktek*. Jakarta : Salemba Empat.
- Maribun, B.N. 2003. *Kamus Manajemen*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Mervyn K. Lewis, & Latifa M. Al-Gaoud. 2001. *Perbankan Syariah*. Jakarta : PT.Serambi Ilmu semesta.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muhammad,. 2005. *Manajemen Dana Bank syari'ah*. Yogyakarta : EKONISIA.
- Muhammad Karebet Widjajakusuma & Muhammad Ismail Yusanto. 2002. *Mengagas Bisnis Islami*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Mujahidin, Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Nopirin. 2000. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*. Yogyakarta : BPF.
- P. Tampubolon, Manahan. 2003. *Managemen Operasional*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Qardhawi, Yusuf. 2001. *Peran Nialai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta : Rabbani Press.
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta : Gema Insani Press.

- R. Lukman Fauroni, & Muhammad. 2002. *Visi Al-Qur'an : tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta : Salemba Diniyah.
- Rahardjo, M. Darwan. 1990. *Etika Ekonomi dan Management*. Yogyakarta : Tiara Wacana.
- Rivai Zaenal, Veithzal, & Muhammad Syafii Antonio, & Muliaman Darmansyah Hadad, *Islamic Business Management*, (Yogyakarta : BPFE , 2014)
- Saman, Muhammad. 2010. *Persaingan Industri Pt. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Islam)*. Jakarta : Universitas Syarif Hidayatullah.
- Soehadha, Mohammad. 2012. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*. Yogyakarta : Suka-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Suherman, Eman. 2011. *Praktek Bisnis Berbasis Enterpreneurship*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS ( Center for Academic Publishing Service ).
- Surakmad, Winarno. 1994. *Pengantar Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik*, Edisi 7.
- Suryabrata, Sumardi. 1990. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Rajawali.
- Syafri Harahap, Sofyan. 2008. *Auditing Dalam perspektif Islam*. Jakarta : Pustaka Quantum.
- Syakir, Muh., Sula, & Hermawan Kertajaya. 2006. *Syariah Marketing*, (Bandung : PT. Mizan Pustaka.
- Triton dan Hariwijaya. 2007. *Teknik Penulisan Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Oryza.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Wood, Ivonne. 2009. *Layanan Pelanggan Cara Praktis, Murah, dan Inspiratif memuaskan Pelanggan Anda*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Yontomi. 2012. *Implementasi Etika Bisnis Islam pada Toko Aneka Busana Karanglewas Banyumas*. Skripsi. Purwokerto : STAIN Purwokerto.
- Zulkipli. 2010. *Etika bisnis islam Dalam persaingan usaha Pada PT. Asuransi syari'ah Mubarakah*, Skripsi. Jakarta : Universitas Syarif Hidayatullah.

Non Buku

Annisa, *Cara Jitu Hadapi Persaingan Bisnis*, ( t.k.,2012/09 ), senin-09-06-2015, 00:31.

Laila, Dimas, *Pengertian Persaingan Menurut Kamus*, (t.k. : 2014/3 ), senin-09-06-2015, 00:42.

Putra, Bagus, *Langkah Bertahan Dalam Bisnis*, ( t.k, 2010 ), senin-09-06-2015/ 00:29.

t.p., *Pandangan Islam tentang Kompetisi Persaingan dalam Bisnis*, ( t.k, t.t ), rabu-20052015-22:24.

t.p., *Prinsip Bisnis Rasu*, ( t.k. ), jumat, 05-06-2015, 10:43.

