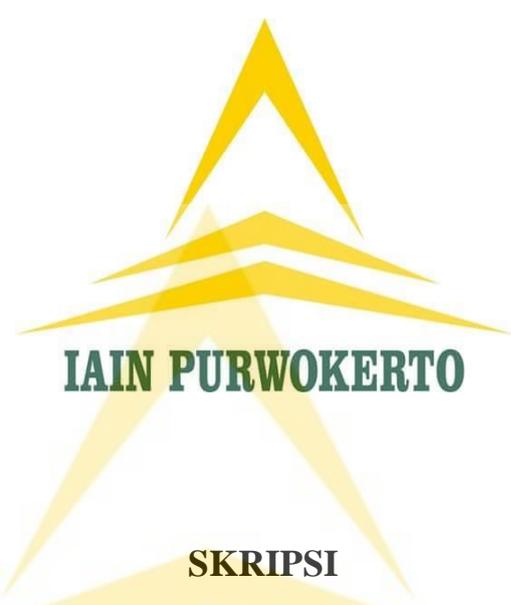


**PERSAINGAN USAHA ANTAR PEDAGANG SEMBAKO
DI PASAR KLIWON KARANG LEWAS, BANYUMAS
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

IAIN PURWOKERTO

Oleh:

**BRIAN INDRAJAYA
NIM. 1323203059**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Brian Indrajaya
NIM : 1323203072
Jenjang : S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 7 Oktober 2019

Saya yang menyatakan,

IAIN PURWOKERTO



Brian Indrajaya

NIM. 1323203059



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

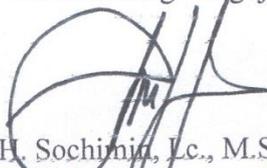
PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

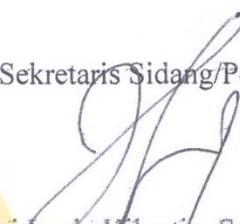
**PERSAINGAN USAHA ANTAR PEDAGANG SEMBAKO
DI PASAR KLIWON KARANG LEWAS, BANYUMAS
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Yang disusun oleh Saudara **Brian Indrajaya NIM. 1323203059** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu**, tanggal **23 Oktober 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Penguji Skripsi

Ketua Sidang/Penguji


H. Sochimia, Lc., M.Si.
NIP. 196910092003121001

Sekretaris Sidang/Penguji


Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 198511122009122007

Pembimbing/Penguji


IAIN PURWOKERTO

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 197412172003121006

Purwokerto, **30** Oktober 2019
Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197309212002121004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Brian Indrajaya, NIM: 1323203059 yang berjudul: **PERSAINGAN USAHA ANTAR PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR KLIWON KARANGLEWAS, BANYUMAS PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**. Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 7 Oktober 2019

Pembimbing,

IAIN PURWOKERTO


Dr. H. Akhmad Faozan. Lc. M. Ag

NIP. 197412172003121006

**BUSINESS COMPETITION BETWEEN SEMBAKO TRADERS
IN PASAR KLIWON KARANGLEWAS, BANYUMAS
PERSPECTIVE OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS**

Brian Indrajaya
NIM. 1323203059

E-mail: brianindrajaya9@gmail.com

Department of Islamic Economics Faculty of Economics and Islamic Business
State Islamic Institute in Purwokerto

ABSTRACT

Competition in business is natural for profit. The days of competition in the food trade sector is getting tougher. This due to the market share of groceries do not know the season, in the sense of the need for food in the community is always sought every day. Departing from this, many new food vendors have sprung up to take this opportunity, especially in the Kliwon Karanglewas Banyumas market. So the competition in increasingly complex. Both the competition in terms of products, prices, and services. Exen so the intense competition in the food trade sector. Groceries traders in Kliwon market are required to constantly cosinder aspects of Islamic business ethics in running their business so that deviations do not occur, such as fraud, slamming or dmaging market prices and so on.

This research is a type of field research, which is a study conducted at the research location by making observations about a pehomenon in a natural state. Whereas in collecting data in this study using the method of daata collection by observation, interview and documentation.

This research uses descriptive analysis method with a qualitative approach. The location of the study was conducted at the Kliwon Karanglewas Banyumas market. The result showed that competition in the Kliwon market consisted of three ways. This includes competing in terms of mercandise, competing in terms of price, and competing in terms service. Competition in terms of products, traders compete fairky where traders provide the best quality in faithful products. And also in terms service, such as being friendly, polite, and speaking well to buyers. However, in terms of price competition some traders compete unhealthily by slamming or lowering the prices of goods aimed at briging each other down and this is contrary to Islamic business ethics in its business activities.

Keywords: Business Competition, Islamic Business Ethics.

PERSAINGAN USAHA ANTAR PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR KLIWON KARANG LEWAS, BANYUMAS PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Brian Indrajaya
NIM. 1323203072

E-mail: brianindrajaya9@gmail.com
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Persaingan dalam bisnis adalah hal yang alamiah untuk mendapatkan keuntungan. Semakin hari persaingan dalam sektor perdagangan sembako semakin ketat. Hal ini disebabkan pangsa pasar sembako tidak mengenal musim, dalam artian kebutuhan akan sembako di masyarakat selalu dicari setiap harinya. Berangkat dari hal tersebut maka banyak bermunculanlah pedagang-pedagang sembako baru yang mengambil peluang tersebut khususnya di pasar Kliwon Karanglewas Banyumas. Sehingga persaingan semakin kompleks. Baik persaingan dari segi produk, harga, dan pelayanan. Walaupun demikian ketatnya persaingan di sektor perdagangan sembako. Para pedagang sembako di Pasar Kliwon ddituntut senantiasa mempertimbangan aspek etika bisnis Islam dalam menjalankan roda usahanya agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan, seperti penipuan, membanting atau merusak harga pasar dan sebagainya.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Sedangkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilaksanakan di Pasar Kliwon Karanglewas Banyumas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan yang terjadi di pasar Kliwon terdiri dari tiga cara. Cara tersebut meliputi bersaing dari segi barang dagangan, bersaing dari segi harga, dan bersaing dari segi pelayanan. Persaingan dari segi produk, pedagang bersaing secara sehat dimana pedagang memberikan kualitas terbaik di setia produknya. Dan juga dari segi pelayanan, para pedagang juga bersaing secara sehat dengan memberikan pelayanan yang prima, seperti bersikap ramah, sopan, dan bertutur kata yang baik kepada pembeli. Namun, persaingan dari segi harga sebagian pedagang bersaing secara tidak sehat dan tidak adil dengan membanting atau merendahkan harga barang dengan menjual barang dagangan di bawah batas harga pasar yang telah menjadi kesepakatan dengan tujuan untuk saling menjatuhkan pesaing. Tentu hal ini bertentangan dengan etika bisnis Islam dalam kegiatan usahanya.

Kata Kunci: Persaingan Usaha, Etika Bisnis Islam

MOTTO

Setiap orang mempunyai jatah gagal. Habiskan jatah gagalmu di saat muda

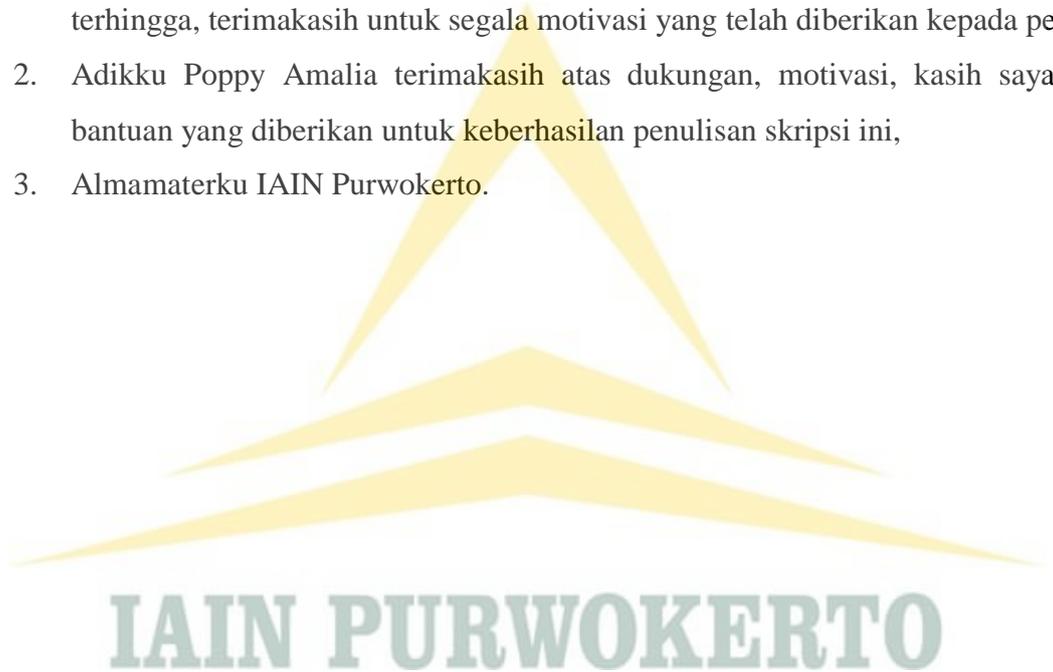
(Dahlan Iskan)



PERSEMBAHAN

Sebuah karya skripsi berjudul “Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam”, dengan rasa syukur atas limpahan rahmat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa, penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang saya banggakan; Bapak Toto Budiono dan Ibu Widayati, yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan kasih sayang yang tak terhingga, terimakasih untuk segala motivasi yang telah diberikan kepada penulis,
2. Adikku Poppy Amalia terimakasih atas dukungan, motivasi, kasih sayang dan bantuan yang diberikan untuk keberhasilan penulisan skripsi ini,
3. Almamaterku IAIN Purwokerto.



IAIN PURWOKERTO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	ša	š	Es (Dengan Titik Di Atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ	ḥ	Ha (Dengan Titik Di Bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka Dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Ze (Dengan Titik Di Atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es Dan Ye
ص	ṣad	ṣ	Es (Dengan Titik Di Bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (Dengan Titik Di Bawah)
ط	ṭa'	ṭ	Te (Dengan Titik Di Bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	Zet (Dengan Titik Di Bawah)
ع	'Ain	‘	Koma Terbalik Di 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	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
 	<i>Fathah</i>	Fathah	A
 	<i>Kasrah</i>	Kasrah	I
 	<i>Dammah</i>	dammah	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis
------	-------------	------	--------	---------

<i>Fathah dan ya</i>	Ai	a dan i	بينكم	<i>Bainakum</i>
<i>Fathah dan Wawu</i>	Au	a dan u	قول	<i>Qaul</i>

3. Vokal Panjang

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Fathah + alif ditulis ā	Contoh جاهلية ditulis <i>jāhiliyyah</i>
Fathah+ ya' ditulis ā	Contoh تنسى ditulis <i>tansā</i>
Kasrah + ya' mati ditulis ī	Contoh كريم ditulis <i>karīm</i>
Dammah + wāwu mati ditulis ū	Contoh فروض ditulis <i>furūd</i>

C. Ta' Marbūṭah

1. Bila dimatikan, ditulis h:

حكمة	Ditulis <i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis <i>jizyah</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis <i>ni'matullāh</i>
-----------	----------------------------

3. Bila *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ditransliterasikan dengan *ḥ* (h).

Contoh:

روضة الاطفال	<i>Rauḍah al-atfāl</i>
المدينة المنورة	<i>Al-Madīnah al-Munawwarah</i>

D. Syaddah (Tasydīd)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

متعددة	Ditulis <i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis <i>'iddah</i>

E. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

البديع	Ditulis <i>al-badi‘u</i>
القياس	Ditulis <i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*

السماء	Ditulis <i>as-Samā’</i>
الشمس	Ditulis <i>asy-Syams</i>

F. Hamzah

Hamzah yang terletak di akhir atau di tengah kalimat ditulis apostrof. Sedangkan hamzah yang terletak di awal kalimat ditulis alif. Contoh:

شيئ	Ditulis <i>syā‘un</i>
تأخذ	Ditulis <i>ta’khuzu</i>
أمرت	Ditulis <i>umirtu</i>

G. Huruf Besar

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan ejaan yang diperbaharui (EYD).

H. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapan atau penulisannya

أهل السنة	Ditulis <i>ahl as-sunnah</i>
زوى الفروض	Ditulis <i>zawā al-furūḍ</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil' alamin, rasa syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, karunia, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW beserta para sahabatnya yang telah berjuang menyampaikan ajaran Islam yang penuh rahmat. Semoga kita mendapatkan syafa'atnya di akhirat kelak.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini izinkanlah penulis menyampaikan ucapan sebagai ungkapan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya karena dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari adanya bimbingan, bantuan, dan dukungan dari beberapa pihak. Terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada :

1. Dr. H. Mohammad Roqib, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, M.M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
7. Dr. H. Akmad Faozan, Lc, M.Ag, sebagai pembimbing yang dengan penuh kesabarannya membimbing penulis sampai skripsi ini selesai melalui pengarahan dan diskusi.
8. Segenap Dosen dan Staf Karyawan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang telah banyak membantu dalam penulisan dan penyelesaian studi penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.
9. Orang tua, adik dan kerabat yang telah banyak memberikan bantuan baik secara moril maupun materil.

10. Seluruh Staff Pasar Kliwon Karanglewas dan para pedagang sembako Pasar Kliwon Karanglewas yang telah membantu dan mendorong peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Teman- temanku Angkatan 2013 Ekonomi Syariah B, sahabat- sahabatku khususnya Sahabatku (Dwi Suprianto, Ilham Agung Sanjaya, dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu) terimakasih atas kebersamaanya, kekompakannya, bantuan serta dorongannya.
12. Teman-teman seperjuangan di Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) IAIN Purwokerto, salam YAKUSA (yakin usaha sampai)
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Demikian, terimakasih yang setulus-tulusnya penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Semoga bantuan semua pihak dapat menjadi amal baik yang diperhitungkan oleh Allah SWT. Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya banyak kekurangan dan kesalahan. Namun demikian, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang membutuhkan. Aamiin ya robbal'alamin.

Purwokerto, 7 Oktober 2019

IAIN PURWOKERTO


Brian Indrajaya
NIM. 1323203059

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	v
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	vii
HALAMAN MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
PEDOMAN TRANSLITASI BAHASA ARAB.....	xi
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	6
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Sistematika Pembahasan	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pasar Tradisional	16
1. Pengertian Pasar Tradisional	16
2. Ciri-Ciri Pasar Tradisional.....	16
3. Jenis Pasar Tradisional.....	17
4. Komponen Pasar Tradisional.....	19
B. Persaingan Usaha.....	19
1. Pengertian Persaingan.....	19
2. Fungsi Persaingan	22
3. Bentuk-Bentuk Persaingan	23
4. Objek (barang atau jasa) yang dipersaingan	23
5. Landasan Syariah Persaingan Usaha	29
6. Faktor pendorong persaingan.....	30
C. Etika Bisnis Islam	32
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	32
2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	34
3. Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam	36
4. Norma Dalam Beretika Bisnis Islam	38
5. Perilaku Bisnis Yang Terlarang.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	43
B. Sumber Data	43
C. Lokasi Penelitian	44
D. Objek dan Subjek Penelitian.....	44
E. Metode Pengumpulan Data	49
F. Metode Analisis Data	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Kliwon Karanglewas Banyumas	50
1. Letaak Geografis	50

2. Sejarah Berdiri	50
3. Visi dan Misi	51
4. Kepengurusan Pasar Kliwon Karanglewas Banyumas	52
5. Karakteristik Informan Pedagang Sembako Pasar Kliwon Karanglewas Banyumas	52
B. Objek Yang Dipersaingkan Antar Pedagang Sembako di Pasar Kliwon Karanglewas Banyumas.	56
C. Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako di Pasar Kliwon Karanglewas Banyumas.....	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	73
C. Kata Penutup.....	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Jumlah Pedagang Sembako Berdasarkan Tempat Berjualan	5
Tabel 2.	Harga Acuan Komoditas Beras	6
Tabel 3.	Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.	Karakteristik Informan	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Susunan Organisasi Pasar Kliwon Karanglewas	56
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 3 Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing
- Lampiran 4 Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 5 Surat Keterangan Lulus Seminar
- Lampiran 6 Blangko/ Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 8 Surat Keterangan Wakaf Buku
- Lampiran 9 Surat Rekomendasi Ujian Skripsi (Munaqosyah)
- Lampiran 10 Surat Berita Acara Sidang Munaqosyah
- Lampiran 11 Surat Tanda Terima Skripsi
- Lampiran 12 Surat Bebas Tanggungan Perpustakaan
- Lampiran 13 Sertifikat-sertifikat yang meliputi: Sertifikat BTA/PPI, Sertifikat OPAK, Sertifikat komputer, Sertifikat PPL, Sertifikat KKN, Sertifikat pengembangan Bahasa Arab, Sertifikat pengembangan Bahasa Inggris.
- Lampiran 15 Foto-foto observasi dan kegiatan pedagang sembako di Pasar Kliwon Karanglewas

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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

Manusia menjalin hubungan kerja sama dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas yaitu dengan cara berbisnis. Bisnis adalah suatu kata yang sering terdengar dalam kehidupan sehari-hari. Setiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen. Kaum produsen dan orang-orang lain yang bergerak dalam kegiatan bisnis berhasil membuat keuntungan dan memperbesar nilai bisnisnya yang makin lama makin meningkat. Dalam zaman modern ini, dunia bisnis semakin kompleks, dan membutuhkan banyak waktu bagi mereka yang ingin mempelajarinya serta mempraktikkan sampai berhasil.¹

Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi semua orang di sepanjang abad dan semua lapisan masyarakat. Agama Islam sejak lahirnya mengizinkan adanya bisnis (perdagangan), karena Rasulullah SAW sendiri pada awalnya juga berbisnis dalam jangka waktu cukup lama. Namun, Rasulullah SAW tidak begitu saja meninggalkan tanpa aturan, kaidah, ataupun batasan yang harus diperhatikan dalam menjalankan perdagangan atau bisnis. Diantara nilai-nilai yang penting dalam perdagangan atau bisnis adalah sifat kasih sayang yang telah dijadikan Allah SWT sebagai *trade mark*.²

¹ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), Hal. 115.

² Yusuf Qardhawi, *Peran, Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Robbani Press, 195), Hal. 320.

Selama ini banyak orang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Prinsip ekonomi Barat yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin. Pedagang muslim tidak boleh mencari laba semaksimal mungkin, tidak menganut apa yang diajarkan prinsip ekonomi Barat tersebut, tetapi harus ada batasan-batasannya. Perdagangan yang intinya jual beli, berarti saling menukar. Menurut syariat, jual beli adalah pertukaran harta, memindahkan hak milik dengan ganti atas dasar rela ikhlas, bukan berarti rasa saling kesal dan meyesal.³ Oleh karena itu, tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis.

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Seorang pengusaha dalam pandangan etika bisnis Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materiil (bendawi), tetapi yang penting lagi adalah keuntungan immateriil (spiritual).⁴

Yusuf Qardhawi memberikan patokan tentang norma-norma atau nilai-nilai syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan, yaitu menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan, bersikap benar, amanah, jujur, menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga dan menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.⁵

³ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), Hal. 116.

⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran bumi* (Jakarta: Pennebar Plus, 2012), Hal. 30.

⁵ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997), Hal. 173.

Secara sederhana etika bisnis dapat diartikan sebagai suatu aturan main yang tidak mengikat karena bukan hukum. tetapi harus dapat diingat dalam praktek bisnis sehari-hari etika bisnis dapat menjadi batasan bagi aktivitas bisnis yang dijalankan. Etika bisnis sangat penting mengingat dunia usaha tidak lepas dari elemen-elemen lainnya.

Berdagang adalah aktivitas yang paling umum dilakukan di pasar. Konsep Islam memahami bahwa pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif. Pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak manapun.⁶ Konsep Islam memahami bahwa pasar harus berdiri di atas prinsip persaingan sempurna. Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus oleh *frame* (kerangka) syariat.

Pasar mendapatkan kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Bagi seorang muslim, nilai-nilai ini ada sebagai refleksi dari keimanannya kepada Allah, bahkan Rasulullah menegur langsung transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan moralitas. Pelaksanaan etika bisnis di masyarakat sangat didambakan oleh semua orang. Namun, banyak pula orang yang tidak ingin melaksanakan etika ini secara murni. Mereka masih berusaha melanggar perjanjian, manipulasi dalam segala tindakan, mereka kurang memahami etika bisnis, atau mungkin saja mereka paham tapi memang tidak mau melaksanakan.

Suatu kenyataan kita hadapi di masyarakat perilaku yang menyimpang dari ajaran agama, merosotnya etika dalam bisnis, tumbuh gejala kurangnya rasa solidaritas, tanggung jawab sosial dan tingkat kejujuran, saling curiga, sulit percaya kepada pengusaha jika berhubungan untuk pertama kali. Kepercayaan terbentuk jika sudah terjadi transaksi beberapa kali. Namun, ada saja yang mencari peluang untuk menipu, setelah terjadi hubungan dagang yang mulus dan

⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal. 271.

lancar beberapa kali' pembayaran lancar sudah saling percaya tapi akhirnya yang satu menipu yang lainnya, memanfaatkan kepercayaan yang baru terbentuk ini. Hal yang kurang etis sering pula dilakukan dalam bentuk memotong relasi saingan. Apabila seseorang mempunyai langganan setia, kemudian oleh lawannya disaingi dengan menawarkan barang dengan harga yang lebih murah, justru kadang-kadang dengan harga rugi. Ini akan berakibat mematikan saingan dan merugikan diri sendiri dan sama sekali tidak etis.⁷ Selain itu adalah persaingan.persaingan yang sempurna, adalah sesuai dengan kesepakatan pasar. Yang semua itu juga sudah diatur dalam Islam, bahwa tidak merugikan salah satu pihak. Contohnya adalah persaingan harga. Persaingan harga pasar harus ditentukan dengan kesepakatan bersama yang tentunya tidak merugikan pedagang lain, pembeli atau komponen lainnya.

Pasar Kliwon Karanglewas merupakan pasar yang menjadi sentra penyedia kebutuhan sehari-hari yang ada di wilayah Kecamatan Purwokerto bagian barat dan khususnya warga Karanglewas itu sendiri, dengan ratusan pedagang yang menjajakkan dagangannya disana dengan berbagai jenis usaha atau dagangan. Salah satu jenisnya adalah sembako.

Berikut jumlah pedagang sembako berdasarkan tempat berjualan:

Tabel 1.
Jumlah Pedagang Sembako Berdasarkan Tempat Berjualan Tahun 2019

No	Lokasi	Jumlah Pedagang
1	Kios	40
2	Los	64
	Total Keseluruhan Pedagang sembako	104

Sumber: Kantor Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas⁸

Dahulu pasar Kliwon Karanglewas adalah pasar yang terbilang masih sangat kecil sepi dengan jumlah pedagang yang tidak sebanyak sekarang dan tentunya persaingan bisnis antar pedagang belum cukup ketat. Namun, seiring berjalannya waktu dengan adanya pembangunan sarana. Sesuai dengan

⁷ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), Hal. 199.

⁸ Sumber data kantor Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas

RENSTRA (Rencana Strategi) dan tahapan pembangunan Kabupaten Banyumas, Pemerintah Daerah Kabupaten Banyumas mengadakan pembangunan dan perubahan beberapa fasilitas umum yang ada di Kabupaten Banyumas. Peersaingan usaha yang terjadi mulai ketat, seperti persaingan dari segi harga, kualitas produk, dan pelayanan. Ada sebagian pedagang sembako dalam memberikan harga terhadap produknya lebih rendah daripada harga batas bawah pasar yang menjadi kesepakatan bersama dengan tujuan mematikan pesaingnya. Hal ini tentu menimbulkan reaksi dari para pedagang sembako lain.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Sakirin, salah seorang pedagang sembako di Pasar Kliwon Karanglewas, beliau mengatakan bahwa di kalangan pedagang sembako terdapat persaingan bisnis yang cukup ketat, baik dari segi harga, barang, maupun pelayanan. Namun, persaingan yang paling menonjol adalah dari segi harga. Para pedagang sembako yang mempunyai modal yang mencukupi dan mereka bebas dari pinjaman (hutang) ke bank ataupun lembaga keuangan lainnya. mereka bisa kapanpun merendahkan harga barang dagangannya sekalipun itu memasang harga di batas bawah harga pasar yang berlaku dibanding pedagang sembako lain dengan tujuan mematikan harga para pesaingnya. Berikut daftar tabel harga komoditas beras di Pasar Kliwon Karanglewas.

Tabel 2.
Harga Acuan Komoditas Beras Di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas

No	Kualitas Beras	Harga Pasar	Harga di sebagian pedagang
1	Premium	11.000	10.500
2	Medium	10.000	9.500
3	Termurah	9.000	8.000

Sumber: Data Lapangan di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas

Berdasarkan data di atas hal ini jelas tidak diperbolehkan dalam etika berbisnis dalam secara Islam. Karena dalam hal menentukan harga ada sebagian pedagang sembako yang menerapkan harga di bawah acuan ketentuan yang berlaku. Karena secara langsung berdampak kepada keberlangsungan usaha pedagang yang menetapkan harga sesuai dengan acuan harga yang berlaku.

Namun demikian pedagang sembako dengan modal dan omset yang cenderung tidak terlalu besar juga memiliki cara jitu dan terbilang unik dalam menarik minat konsumen maupun menjaga loyalitas konsumennya yaitu dengan memasang harga kekeluargaan, tidak menjadi suatu masalah bagi mereka mendapatkan keuntungan tidak terlalu besar, asalkan rasa persaudaraan mereka tetap terjaga maka terdapat kesan tersendiri dihati para pedagang maupun pembelinya. Hal ini juga bertujuan agar keberlangsungan usahanya tetap berjalan di kemudian hari, dan cara ini tentunya diperbolehkan dalam Islam.

Selain persaingan harga ada juga persaingan dari segi produk. Berdasarkan dari hasil pengamatan, mayoritas pedagang mengatakan kualitas barang dagangannya sesuai dengan yang mereka jual. Hal ini jelas diperbolehkan dalam etika berbisnis secara Islam. Dari segi pelayanan rata-rata pedagang memberikan pelayanan terbaik mereka dengan bersikap ramah kepada pembeli, sopan, menggunakan kata-kata yang baik guna menarik minat pembeli. Hal ini jelas tidak melanggar etika bisnis dalam Islam.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang etika bisnis pedagang pasar tradisional yang akan dituangkan dalam penelitian ini dengan judul *Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam*.

B. Definisi Operasional

a. Persaingan Usaha

Persaingan adalah usaha memperlihatkan keunggulan masing-masing yang dilakukan oleh perseorangan (perusahaan, negara) pada bidang perdagangan, produksi, persenjataan, dan sebagainya.

Persaingan usaha sendiri dapat diartikan suatu kegiatan bersaing atau pebisnis lainnya didalam memenangkan pangsa pasar dalam upaya melakukan penawaran produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang diterapkannya.⁹

⁹ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPF, Cet: 1, 2014), hlm.371

Bisnis Merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan dalam produksi, menyalurkan, memasarkan barang dan jasa yang diperlukan oleh manusia, baik dengan cara berdagang maupun bentuk lain dan tidak hanya mengejar laba. Bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jual beli atau perdagangan yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Cerme Purwosari.

b. Pedagang Sembako

Seseorang atau kelompok yang menjalankan bidang usahanya di bidang sembako yang merupakan sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat menurut keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 115/MPP/KEP/2/1998, kesembilan bahan itu menurut peraturan diatas berisi beras, gula pasir, minyak goreng dan mentega, daging sapi dan ayam, telur ayam, susu, jagung, minyak tanah, garam beryodium.

c. Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti “adat istiadat” atau kebiasaan. “Perpanjangan dari adat membangun suatu aturan kuat di masyarakat, yaitu bagaimana setiap tindak dan tanduk mengikuti aturan-aturan. Dan aturan-aturan tersebut ternyata telah membentuk moral masyarakat dalam menghargai adat istiadat yang berlaku.”¹⁰

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis berlangsung karena adanya ketergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya.¹¹

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi akan diterima, dimana sanksi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.

¹⁰ Irham Fahmi, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.2

¹¹ Ika Yunia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013).

Etika Bisnis Islam ialah prinsip moral atau nilai-nilai akhlak yang bersumber dari ajaran Islam yang berkaitan dengan aktivitas jual beli barang atau jasa yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.¹²

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja objek yang dipersaingkan antar pedagang sembako di Pasar Kliwon Karanglewas?
2. Bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha antar pedagang sembako di Pasar Kliwon Karanglewas?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana bentuk persaingan usaha antar pedagang sembako di pasar Kliwon Karanglewas perspektif etika bisnis Islam.
 - b. Untuk mendeskripsikan bagaimana pandangan Etika Bisnis Islam terhadap persaingan usaha antar pedagang sembako di pasar Kliwon Karanglewas.
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dan wawasan kepada pihak yang membutuhkan dalam mengangkat permasalahan yang sama serta menambah khazanah keilmuan dalam aspek ekonomi Islam, khususnya yang berkenaan dengan analisis etika bisnis dalam persaingan pedagang sembako.

¹² Abdil Aziz, *Etika Bisnis Preseptif Islam*, Implementasi Etika Islam Untuk Dunia Usaha (Bandung: Alfabeta, 2013). Hlm.35

b. Praktis

1). Pengelola pasar

Sebagai bahan masukan yang bermanfaat bagi pihak yang terkait, khususnya pengelola pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas dalam menetapkan kebijakan terhadap para pedagang yang dibawah pengawasannya.

2). Pedagang pasar

Penelitian ini dijadikan sebagai informasi atau suatu pertimbangan bagi pedagang yang melakukan persaingan antar pedagang khususnya, persaingan antar pedagang sembako di pasar di pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas agar dapat bersaing secara sehat atau menurut ajaran Islam yang berlaku.

3) Bagi Masyarakat

Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

E. Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan, atau hal-hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang ada dan yang belum ada.¹³ Sementara itu peneliti mendapati sejumlah buku yang membahas tentang persaingan, pedagang kecil pasar dan etika bisnis Islam, di antaranya adalah:

Mustafa Edwin Nasution dalam bukunya *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* menjelaskan bahwa konsep Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri diatas prinsip persaingan bebas (*perfect competititon*). Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus

¹³ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm. 75.

oleh *frame* aturan Islam. Bentuk aturan itu di antaranya yaitu persaingan di pasar harus dilakukan dengan adil.¹⁴

Nugroho J. Setiadi dalam bukunya *Perilaku Konsumen perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* menjelaskan bahwa salah satu tugas perusahaan adalah harus berusaha memastikan kepuasan konsumen pada semua tingkat dalam proses pembelian.¹⁵

Panji Ardiansyah dalam bukunya *Etika Bisnis* menjelaskan bahwa etika bisnis harus diterjemahkan dalam prinsip-prinsip kejujuran, “*fair trade*”, perhatian pada keselamatan konsumen, dan sebagainya. Dimana perusahaan yang jujur, tidak menipu, dan memerhatikan keselamatan konsumen akan dapat memupuk “*trust*”. Kepercayaan tersebut merupakan modal yang sangat penting dalam perkembangan masa depan suatu perusahaan.¹⁶

Veitzhal Rivai dkk dalam bukunya *Islamic Business And Economic Ethics* menjelaskan bahwa etika bisnis haruslah dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Yang berkonsentrasi pada standar moral, sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, intuisi, dan perilaku bisnis.¹⁷

Selain itu, untuk mendukung penelitian ini, maka penulis kemukakan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian Yenika Sri Rahayu tahun 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya dengan judul. “Strategi Pedagang Tradisional Menghadapi Persaingan dengan Retail Modern dan Preferensi Konsumen (Studi kasus pada Pasae Legi Kota Blitar)”

Penelitian tersebut bertujuan untuk menggambarkan terjadinya fenomena sosial yang ada dipasar tradisisonal dengan keberadaan retail-retail modern, dalam penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif

¹⁴ Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta:Prenada Media Group, 2006), hlm.172.

¹⁵ Nugroho J Setyadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, edisi revisi (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003), hlm. 14-15.

¹⁶ Panji Ardiansyah, *Etika Bisnis* (Bantul: Quadrant, 2017), hlm.231.

¹⁷ Veitzhal Rivai dkk, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hlm. 31

dengan jenis deskriptif, metode pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara mendalam dan kuesioner dokumentasi data.

Berdasarkan penelitian di lapangan persaingan antara pedagang tradisional dengan retail modern mempunyai strategi yang unik serta sudah bersaing sewajarnya, dan keberadaan retail modern ini belum sepenuhnya memberikan dampak yang negatif, tetapi untuk barang yang dihasilkan oleh pabrik besar pada retail modern dengan pertimbangan scale distribusi biasanya langsung dari produsen sedangkan retail tradisional harus melalui agen atau distributor sistem ini yang menjadi perbedaan harga.

2. Penelitian Muhammad Saman tahun 2010 Jurusan Muamalat UIN Syarif Hidayatullah dengan judul. "Persaingan Industri PT. Pancanat Centralindo Perspektif Etika Bisnis Islam"

Penelitian tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan persaingan industri PT. Pancanat Centralindo yaitu dari segi daya saing harga, produk, pemasaran dan distribusi dalam penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, metode pengumpulan data dengan observasi. Wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan bahwa persaingan perusahaan tersebut dengan menggunakan keunggulan kompetitif, produk berkualitas prima, harga pun terjangkau dan strategi pemasaran menggunakan marketing mix namun juga menerapkan konsep etika bisnis Islam.

3. Syaiful Aulia Jurusan Syariah STAIN Jember dengan judul. "Strategi Pemasaran Flexsi PT Telkom Kode Area (0336) Cabang Balung dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan bahwa strategi perusahaan tersebut menggunakan strategi pemasaran konvensional namun juga menerapkan beberapa konsep etika bisnis Islam seperti sikap sopan, jujur dan bertanggung jawab merupakan sikap yang harus dilakukan sebagai bentuk pelayanan terhadap konsumen atau pelanggan guna mendapatkan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan atau konsumen.

4. Septi Budi Utami tahun 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto dengan judul "Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Pengusaha Perspektik Etika Bisnis Islam"

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan tujuannya adalah mengetahui strategi pengusaha tahu desa Limbangan bahwa dalam menghadapi persaingan antar pegusaha diutamakan pada target pemasaran dan promosinya.

5. Tri Dilfan Zahendra tahun 2015 UIN Riau dengan judul "Persaingan Minimarket Indomaret Dan Minimarket Alfamart Menurut Perspektif Ekonomi Islam kota Pekanbaru"

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan bahwa kedua minmarket tersebut cenderung mengedapankan aspek pelayanan kepada para konsumennya dengan tujuan salah satu dari mereka menguasai pasar secara luas. Walaupun pada prakteknya keduanya belum sepenuhnya mempraktekan etika bisnis Islam.

Tabel 3.
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Yenika Sri Rahayu (2012)	Strategi Pedagang Tradisional Menghadapi Persaingan dengan Retail Modern dan Preferensi Konsumen (Studi kasus pada Pasar Legi Kota Blitar)	persaingan antara pedagang tradisional dengan retail modern mempunyai strategi yang unik serta sudah bersaing sewajarnya, dan keberadaan retail modern ini belum sepenuhnya memberikan dampak yang negatif	Pembahasan penelitian terdahulu membahas tentang pedagang tradisional menghadapi persaingan dengan retail mode
Muhammad Saman (2010)	Persaingan Industri PT.	persaingan perusahaan	Penelitian ini membahas tentang persaingan industri

	Pancanat Centralindo Perspektif Etika Bisnis Islam	tersebut dengan menggunakan keunggulan kompetitif, produk berkualitas prima, hargapun terjangkau dan strategi pemasaran menggunakan marketing mix namun juga menerapkan konsep etika bisnis islam.	PT Pancanat Centralindo
Syaiful Aulia (2009)	Strategi Pemasaran Flexsi PT Telkom Kode Area (0336) Cabang Balung dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	strategi perusahaan tersebut menggunakan strategi pemasaran konvensional namun juga menerapkan beberapa konsep etika bisnis Islam seperti sikap sopan, jujur dan bertanggung jawab merupakan sikap yang harus dilakukan sebagai bentuk pelayanan terhadap konsumen	Perbedaannya mengenai lokasi penelitian dan penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran
Septi Budi Utami (2016)	Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Pengusaha Perspektik Etika Bisnis Islam	strategi pengusaha tahu desa Limbangan bahwa dalam menghadapi persaingan antar pegusaha diutamakan pada target pemasaran	Penelitian ini menfokuskan pada persaingan industri tahu dan mengedepankan aspek pemasaran dan promosinya

		dan promosinya.	
Tri Dilfan Zahendra tahun 2015	Persaingan Minimarket Indomaret Dan Minimarket Alfamart Menurut Perspektif Ekonomi Islam kota Pekanbaru	kedua minmarket tersebut cenderung mendedapankan aspek pelayanan kepada para konsumennya dengan tujuan salah satu dari mereka menguasai pasar secara luas. Walaupun pada prakteknya keduanya belum sepenuhnya mepraktekan etika bisnis Islam.	Penelitian ini membahas tentang persaingain dua ritel modern

Dari keterangan di atas sudah jelas bahwa yang menyusun dan mengkaji memiliki Spesifikasi tersendiri di banding penelitian-penelitian lain. Karya ini bisa jadi bentuk kelanjutan dan melengkapi karya-karya yang sudah ada. Hasil penelitian ini setidaknya akan menjadi tambahan referensi tentang analisa etika bisnis Islam terhadap persaingan antar pedagang sembako.

F. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan dalam penulisan skripsi ini, penyusun membagi skripsi ini menjadi tiga bagian yaitu: bagian awal, bagian isi, bagian akhir.

Bagian awal dari skripsi ini memuat tentang pengantar yang di dalamnya terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, kata pengantar, transliterasi dan daftar isi.

Bagian isi dari skripsi terdiri dari lima bab, di mana gambaran mengenai tiap Bab dapat penyusun paparkan sebagai berikut:

Bab pertama, menjelaskan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab kedua, merupakan landasan teori yang berisi penjabaran dari teori yang terkait dengan analisis persaingan bisnis antar pedagang sembako

Bab ketiga, merupakan metode penelitian yang berisi tentang penentuan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan penyusun dalam penelitian ini.

Bab keempat merupakan hasil penelitian yang berisi tentang gambaran umum obyek penelitian dan pembahasan serta penemuan-penemuan di lapangan yang kemudian dikomparasikan dengan apa yang selama ini ada dalam teori. Kemudian data tersebut dianalisis sehingga mendapatkan hasil yang valid dari penelitian yang digunakan pada pedagang sembako di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas..

Bab kelima, merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti serta kata penutup sebagai akhir dari isi pembahasan.

Kemudian pada bagian akhir penyusun mencantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi ini beserta lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai persaingan pedagang sembako di pasar Kliwon Karanglewes, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk persaingan usaha antar pedagang sembako di Pasar Kliwon Karang Lewes dilihat dari objek yang dipersaingkan terdapat persaingan dari segi produk (barang dagangan), persaingan dari segi harga, dan persaingan dari segi pelayanan. Para pedagang berusaha menyediakan barang yang dicari pembeli dan saling memberikan kualitas yang baik terhadap barang dagangannya, memberikan harga yang terjangkau, serta pelayanan yang ramah dan sopan kepada para pembelinya. Walaupun masih ada beberapa pedagang yang dalam prakteknya melakukan banting harga menjual barang dagangan di bawah harga pasar sesuai dengan kesepakatan dengan tujuan mematikan pesaingnya.
2. Pandangan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha antar pedagang sembako di Pasar Kliwon Karanglewes mencakup lima prinsip yaitu prinsip ketauhidan (keesaan), prinsip keseimbangan (keadilan/*equilibrium*), prinsip kehendak bebas (*ikhtiyar/free will*), prinsip pertanggungjawab (*responsibility*), dan prinsip kebenaran. Dari kelima prinsip tersebut sebagian besar aktivitas persaingan usaha pedagang sembako sesuai dengan etika bisnis Islam yang sesuai anjuran Islam yang mengajarkan tentang kebaikan-kebaikan di dalamnya serta memberikan batasan-batasan setiap aktivitas usaha yang ada dalam kegiatan masyarakat sehari-hari. Namun dari segi harga terdapat beberapa pedagang sembako yang dalam prakteknya bertentangan dengan etika bisnis Islam yaitu dengan membanting harga barang dagangannya di bawah batas bawah harga pasar sesuai dengan kesepakatan bersama dengan tujuan untuk menjatuhkan para pesaingnya. Hal ini tentu tidak diperbolehkan dan bertentangan dengan etika bisnis Islam.

B. Saran-Saran

Peneliti memberikan saran yang bertujuan agar padar Kliwon Karanglewas dapat lebih baik lagi kedepannya dan dapat memberikan yang terbaik bagi masyarakat. Saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Para pedagang sembako pasar Kliwon Karanglewas dalam menentukan harga haruslah mempertimbangkan berbagai aspek. Agar tidak menimbulkan persaingan tidak sehat diantara pedagang sembako.
2. Para pedagang sembako di pasar Kliwon Karanglewas harus lebih menerapkan prinsip-prinsip dasar beretika bisnis dalam Islam agar lebih mendapat keberkahan dunia maupun di akhirat dalam berbisnis atau berdagang.

C. Kata penutup

Segala puji dan syukur hanya kepada Allah SWT. penulis penjatkan atas nama semua anugerah, lindungan dan bimbingan-Nya dalam mengarjakan persaksian bahwa segala potensi, daya dan kekuatan hanya bersumber dari Allah SWT. Shalawat dan salam semoga selalu dilimpahkan kepada junjungan Nabi kita Muhammad S.AW beserta keluarga yang telah memberikan teladan bagi seluruh umat.

Sebagai manusia sudah pasti tidak luput dari kesalahan karena manusia merupakan tempatnya salah dan lupa. Peneliti melakukan tentang Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karanglewas Banyumas sudah barang tentu banyak sekali kesalahan dalam menyusun skripsi. Oleh karena itu peneliti minta maaf apabila dalam membuat skripsi banyak sekali kesalahan dan peneliti berharap semoga penlitian ini bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Bacaan

- Alma, Buchari dan Doni. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Ardiansyah, Panji. 2017. *Etika Bisnis*. Bantul: Quadrant.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, Abdul. 2012. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public dan Ilmu Social Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus.
- Edwin Nasution, Mustafa. 2006. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Predana Media Group.
- Fahmi, Irham. 2014. *Etika Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Heri, Anita. 2009. *Menahan Serbuan Pasar Modern*. Bandung: Alfabeta
- Husni Mubarak, Muhammad. 2009. *Pengantar Bisnis*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. 2007. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Andi.
- Moleong, Lexi J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012.
- Mudrajat. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga
- Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. 2014. Yogyakarta: BPFE
- Muhammad. 2002. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Parstowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-ruz Media, 2011.
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Gema insani.

- Ratminto, dan Atik Wanarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rivai, Veithzal dan Amiur Nuruddin. 2012. *Islamic Business And Economic Ethicsl*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Suryabrata, Sumadi. 1994. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Setyadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Tanzeh, Ahmad. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Yunia Fauzia, Ika. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yustanto, M. Ismail dan M. Karebat Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.

Sumber Non buku

- Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 115/MPP/KEP/2/1998, tentang sembilan makanan pokok.
- Perpres RI Nomor 12 tahun 2007 tentang Pengertian dan Pembagian Pasar Tradisional..