

**ANALISIS PERSAINGAN BISNIS PEDAGANG BUAH DALAM  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus Pedagang Buah Pasar Manis Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri  
Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**LATIF FATIMAH**

**NIM. 1717201081**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO**

**2022**

**ANALISIS PERSAINGAN BISNIS PEDAGANG BUAH DALAM  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus Pedagang Buah Pasar Manis Purwokerto)**

**Oleh : Latif Fatimah**

**NIM. 1717201081**

E-mail: [lfatimah03@gmail.com](mailto:lfatimah03@gmail.com)

Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persaingan bisnis pedagang buah Pasar Manis Purwokerto dan menggambarkan bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap persaingan bisnis yang dilakukan pedagang buah Pasar Manis Purwokerto.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif deskriptif. Data penelitian dikumpulkan dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan kepada pengelola pasar Manis dan pedagang buah pasar Manis Purwokerto. Dengan teknik analisis data berupa reduction (reduksi data), penyajian data dan penarikan kesimpulan. Supaya penelitian ini dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah maka penelitian ini diuji menggunakan teknik pengujian keabsahan data dengan teknik triangulasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) persaingan bisnis pedagang buah yang terjadi di Pasar Manis Purwokerto meliputi persaingan harga, persaingan produk, dan persaingan pelayanan (2) berdasarkan perspektif etika bisnis Islam persaingan bisnis pedagang buah Pasar Manis Purwokerto masih ditemukan penyimpangan etika bisnis yaitu penerapan etika bisnis yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

**Kata Kunci : *Persaingan Bisnis, Etika Bisnis Islam***

**BUSINESS COMPETITION ANALYSIS OF TRADERS IN THE  
PERSPECTIVE OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS (Case Study :  
Fruit Traders At The Traditional Market Manis Purwokerto)**

**By : Latif Fatimah**

**NIM. 1717201081**

E-mail: [lffatimah03@gmail.com](mailto:lffatimah03@gmail.com)

Study Program of Islamic Economic

Islamic Economic and Business Faculty

State Institute of Islamic Studies (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

This study aims to find out how the business competition of fruit traders in the Purwokerto Manis market and describe how the views of Islamic business ethics on the business competition of fruit traders in the Purwokerto Manis market.

This research is included in descriptive qualitative research. The research data was collection techniques in the form of interviews, observation, and documentation conducted to market managers and fruit traders at the Purwokerto Manis market. With data analysis techniques in the form of reduction, data presentation, and drawing conclusions. So that this research can be trusted and scientifically justified, this research is tested using data validity testing techniques with data triangulation techniques.

The results of the study show that : (1) the business competition of fruit traders in the Purwokerto Manis market includes price competition, product competition, and service competition (2) Based on the perspective of Islamic business ethics, the business competition of fruit traders in the Purwokerto Manis market still finds deviations from business ethics, namely the application of business ethics that is not in accordance with Islamic business ethics.

**Keywords : *Business Competition, Islamic Business Ethics***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	5
1. Persaingan Bisnis	5
2. Pedagang	5
3. Pasar	5
4. Etika Bisnis Islam	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Persaingan Bisnis	14
B. Pedagang	17
C. Pasar	18
D. Etika Bisnis Islam	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis penelitian	30
B. Waktu dan tempat penelitian	30

C. Sumber Data.....	30
D. Teknik pengumpulan data .....	31
E. Teknik analisis data .....	33
F. Uji keabsahan data.....	34
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN</b>	
A. Deskripsi Pasar Manis Purwokerto .....	35
B. Analisis Data .....	42
1. Bentuk-bentuk persaingan bisnis pedagang buah pasar Manis Purwokerto.....	42
2. Analisis Persaingan Bisnis Pedagang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam pada Pedagang Buah Pasar Manis Purwokerto .....	49
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	55
B. Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sebagai khalifah dimuka bumi manusia berkewajiban untuk mendatangkan kemaslahatan umum. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan bermuamalah atau disebut interaksi ekonomi yang meliputi kegiatan bisnis. Bisnis ialah satu dari beberapa suatu usaha atau kegiatan untuk mendatangkan rejeki. Tujuan umum dari bisnis ialah untuk mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya namun terkadang diperoleh dengan cara yang tidak etis. Bisnis dalam Islam ialah bisnis yang dituntun untuk mengelola dan menjalankan bisnis yang baik sehingga bisnis bukan sekedar keuntungan tetapi mendapat keridhaan Allah (Syahrizal Ahmad, 2018)

Seorang pelaku usaha menurut Islam adalah seseorang yang tidak hanya mendapatkan keuntungan materil (duniawi) tetapi lebih menekankan kepada keuntungan akhirat (spiritual) ini ditunjukkan dengan mengambil keuntungan yang sewajarnya supaya memberikan keberkahan. Sementara dengan mengabaikan etika bisnis, usaha yang dijalankan tidak akan bertahan lama dan berkembang karena kurangnya simpati dari pihak-pihak yang berkaitan (masyarakat, pemerintah khususnya pelanggan) (Hulaimi Ahmad, 2017)

Djakfar (2008) seorang Profesor ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Malang memberi penjelasan tentang keadaan bisnis di masa globalisasi, yaitu persaingan usaha diantara pebisnis yang semakin ketat menyebabkan para pelaku usaha memilih meninggalkan etika bisnis demi mendapatkan keuntungan dan menghindari kebangkrutan. Fenomena ini menandakan mulai berkurangnya rasa kepedulian untuk orang lain. Perilaku pedagang yang merugikan orang lain serta melanggar etika bisnis Islam dapat berupa menipu, mengurangi timbangan atau takaran (Hulaimi Ahmad, 2017)

Salah satu kunci sukses Rasulullah dalam menghadapi persaingan bisnis adalah dengan tepat dalam memberikan kepercayaan. Kepercayaan adalah sesuatu yang krusial dalam membangun hubungan bisnis. Dalam mengelola kepercayaan, seorang pebisnis hendaknya tidak lengah dengan mempercayai seseorang begitu saja tanpa melihat latar belakang sebelumnya. Islam menganjurkan, seorang pebisnis yang taat kepada Allah hendaknya bisa bersaing secara sehat, berakhlak luhur, peduli dengan orang lain dan adil (Latif Abdul, 2011)

Hingga saat ini, kebanyakan orang mengilhami bisnis adalah bisnis, yang bertujuan mendapat keuntungan yang maksimal. Hukum ekonomi klasik menyebutkan mengendalikan modal yang kecil untuk mendapat keuntungan banyak yang mungkin hingga menyebabkan pelaku bisnis mendapat keuntungan dengan menghalalkan berbagai cara. Berusaha seefektif dan seefisien dalam mendapat bahan baku, sarana produksi, sumber daya manusia, pengolahan serta pemasaran. Maka, tidak mengherankan jika pelaku para usaha jarang memperhatikan tanggung jawab sosial serta abai terhadap etika bisnis Islam. (Saifullah Muhammad, 2011)

Prinsip bisnis yang diajarkan Rasulullah SAW meliputi: *customer oriented*, transparansi, persaingan yang sehat dan *fairness* (Aprianto Iwan, dkk, 2020:30-32). Berikut penjelasan lengkapnya:

1. *Customer oriented*, dalam bukunya Alfazalur Rahman *customer oriented* ialah bisnis yang bertujuan mengutamakan kepuasan pelanggan, yaitu dengan selalu jujur, adil serta amanah dalam menjalankan kontrak bisnis. Menurut A.W. Muslich implementasi dari sifat tersebut antara lain, adil dalam timbangan, tidak menyembunyikan kecacatan suatu barang, tidak menerapkan *bai' Najasy* yaitu mengada-ada keunggulan barang yang padahal kualitas tidak sesuai dengan yang dipromosikan atau dengan kata lain menipu pembeli untuk menarik minat pembeli.
2. Transparansi, selalu bersikap jujur dan terbuka kepada konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan yang terkandung dalam barang

tersebut. Sikap ini penting dilakukan untuk menghindari kerugian dan merugikan konsumen.

3. Persaingan usaha yang sehat, Islam menegaskan untuk saling berlomba dalam berbuat kebaikan. Selain itu Islam juga melarang bersaing mendapatkan keuntungan dengan menghalalkan segala cara.

Hal ini dapat diartikan persaingan bukan berarti mematikan pesaing tetapi diartikan sebagai pelecut usaha agar memberikan hasil yang terbaik. Rasulullah sebagai teladan telah mencontohkan yaitu dengan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik serta jujur terhadap barang dagangannya dan yang tak kalah penting yaitu tidak kolusi dalam persaingan bisnis.

4. *Fairness*, dalam berbisnis sekalipun rasul selalu berbuat adil dengan menjaga hak-hak orang lain agar tidak terganggu serta menjaga hubungan baik dengan orang lain. Bentuk keadilan lainnya dapat berupa memberikan kerengangan waktu kepada kreditor (pengutang) yang belum sanggup membayar.

Pembangunan masjid diikuti dengan pembangunan pasar merupakan bukti bahwa pasar memiliki peranan penting pada zaman Rasulullah dan pada masa Khulafaurrasyidin. Struktur pasar yang dianut adalah pasar persaingan sempurna (PPS) yang mana harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran. PPS yang adil dan berkeimbangan membuat masyarakat pada zaman ini maju dan sejahtera, pasar di zaman ini juga terhindar dari tadbis, ikhtikar dan distorsi pasar (Suwandi dkk, 2016).

Namun pada zaman sekarang masih ditemukan penyimpangan yang dilakukan pedagang, pedagang mengabaikan etika bisnis yang seharusnya ditetapkan. Penyimpangan ini rawan terjadi pada pedagang pasar tradisional. Tindakan yang menyalahi etika bisnis seperti curang dalam menakar dan menimbang, percampuran barang yang bermutu baik dengan yang bermutu buruk, menjual barang yang dilarang agama, dan memonopoli harga (Wiranata Adi, 2017).

Penulis tertarik melakukan penelitian Analisis Persaingan Usaha Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Perbandingan Antar Pedagang Buah Pasar Manis Purwokerto) bukan karena tidak ada alasan. Alasan memilih tempat pasar Manis, karena pasar Manis telah mendapat anugerah dari Kementerian Perdagangan pada tanggal 12 Maret 2019 yaitu penghargaan kategori pengelola pasar terbaik 1 tingkat nasional (Sumarwoto, 15 Maret 2019). Bahkan sertifikat standar nasional Indonesia (SNI) 8152:2015 telah resmi disabet pasar Manis, sehingga semua kegiatan yang dilakukan pengelola pasar rakyat harus berdasar prosedur yang telah ditentukan, Bupati banyumas sendiri menyampaikan pasar Manis telah menjadi pasar percontohan bagi pasar lain yang ada di Banyumas dengan mendapat sertifikat pasar rakyat SNI. Selain itu, pasar Manis dalam lomba inovasi daerah dalam rangka persiapan tatanan normal baru yang produktif dan aman dari COVID-19 dinobatkan sebagai pasar paling inovatif se-Indonesia. (Shani Rasyid, 2020)

Alasan memilih objek pedagang buah, karena pedagang dengan komoditas ini yang paling sering melakukan penyimpangan terhadap etika bisnis Islam. Dari observasi awal penulis ditemukan terdapat pedagang yang mengabaikan etika bisnis Islam seperti adanya pedagang yang melakukan perjanjian terlarang dengan syaitan, masih ditemukan pedagang yang *tadlis* (menipu) konsumen terhadap harga barang yang diperdagangkan, dengan mengaku menjual barang dengan harga termurah. Terdapat juga pedagang yang menarik konsumen dengan mengaku-ngaku menyediakan barang dengan kualitas baik padahal kenyataannya tidak. Serta masih ditemukan pedagang yang bersikap kurang ramah dan kurang sabar dalam menghadapi pembeli dan terkesan bersikap cuek. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Persaingan Bisnis Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah Pasar Manis Purwokerto)*”.

## **B. Definisi Operasional**

### **1. Persaingan bisnis**

Menurut Peter Asch (1983) persaingan usaha adalah cara atau upaya yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dari suatu mekanisme pasar, menurut R. Shyam Khemani hasil dari upaya yang dilakukan berbentuk murahnya harga, produk yang bervariasi, pilihan, pelayanan dan lainnya (Fahmi Andi dkk, 2017: 24).

### **2. Pedagang**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, seorang pedagang ialah orang berperan sebagai penjual (berdagang) untuk mencari nafkah. Pedagang yang dimaksud adalah pedagang buah pasar Manis Purwokerto.

### **3. Pasar**

Pasar merupakan tempat untuk melakukan transaksi jual beli antara penjual dan pembeli. Pasar dibagi menjadi dua, yaitu yang pertama pasar rakyat (tradisional) dan yang kedua pasar modern.

Proses jual beli di pasar tradisional ditandai dengan pertemuan tatap muka antara penjual dan pembeli, adanya tawar menawar harga, terdiri atas los, gerai, kios dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual (D. Indriati SCP dan Arif Widiyatmoko, 2008: 10).

Pasar tradisional atau disebut juga pasar rakyat keberadaannya semakin merebak dari wilayah perkotaan hingga sampai ke pedesaan. Di sana menyediakan aneka macam kebutuhan sehari-hari, yaitu sembako, sayur mayur, buah-buahan, aneka makanan siap santap, elektronik, perabotan rumah tangga, beragam aksesoris hingga pakaian dan yang lainnya (Putra Sian Arimawa dan Leasiwal, 2018).

### **4. Etika bisnis Islam**

Etika diambil dari bahasa Yunani yaitu "*ethos*", bentuk jamak dari *ta etha* yang artinya adat istiadat atau kebiasaan. Dalam hal ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, dari sisi seseorang ataupun kelompok masyarakat. Sedangkan menurut Nurul Huda dkk (2017) etika

adalah sekumpulan prinsip perilaku yang bisa membedakan antara baik dan buruk. (Aprianto Iwan dkk, 2020:4-5)

Dalam dalam buku Yusanto dan Wijajakusuma (2002) pengertian bisnis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah usaha dagang, usaha komersil di dunia perdagangan, dan bidang usaha (Susanto Iis dkk, 2019).

Etika bisnis Islam merupakan kegiatan bisnis yang berdasar pada aturan ilahi yang bertujuan untuk menjalankan ibadah, mendatangkan maslahat bukan untuk diri sendiri tetapi juga untuk orang lain serta tidak merugikan orang lain.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana bentuk-bentuk persaingan bisnis yang dilakukan pedagang buah pasar manis?
2. Apakah persaingan bisnis yang dilakukan pedagang pasar Manis sudah sesuai dengan perspektif etika bisnis Islam?

### **D. Tujuan**

1. Mengetahui lebih dalam bentuk-bentuk persaingan usaha yang dilakukan pedagang buah pasar Manis.
2. Mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha yang dilakukan pedagang buah pasar Manis.

### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat akademik

Penelitian ini diharapkan untuk memberikan sumbangan pemikiran atau memperkaya wawasan konsep dan teori terhadap ilmu pengetahuan dari penelitian yang mengangkat masalah yang sama, serta menambah ilmu dalam aspek ekonomi syariah, khususnya yang berkenaan dengan analisis persaingan bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam. Memperbanyak literatur kepustakaan UIN Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto, khususnya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Untuk Penulis

Penelitian ini menyadarkan penulis akan etika bisnis yang baik dan sesuai syariat. Penulis berharap semoga hasil dari penelitian ini serta teori-teori yang telah dipelajari di kampus dapat menjadi bekal berbisnis ke depannya.

### b. Untuk Tim Pengelola Pasar

Bisa menjadikan referensi untuk peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi.

### c. Untuk Pedagang

Sebagai ilmu pengetahuan baru dan atau menambah wawasan tentang etika bisnis Islam serta dapat mengaplikasikan secara mantap dan sukarela.

### d. Untuk Pembeli

Untuk menambah pengetahuan pembeli khususnya mengenai pedagang buah pasar Manis Purwokerto.

## F. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang dengan judul “Analisis Persaingan Bisnis Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah Pasar Manis Purwokerto)” berkaitan dengan referensi penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, yaitu:

1. Ita Hayati Febrianti, “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian Di Pasar Kapasan Surabaya dalam Perspektif Etika Jual Beli Islam” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk persaingan di Pasar Kapasan Surabaya dan bagaimana mendeskripsikan pandangan Etika Jual Beli Islam terhadap persaingan usaha pedagang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk persaingan yang terjadi di pasar Kapasan ditinjau dari objek persaingan dari segi kualitas produk, harga, layanan dan layanan purna jual. Sedangkan dalam etika jual beli Islam berdasarkan persaingan, pedagang di Pasar Kapasan bersaing sehat

tapi belum maksimal dalam menerapkan prinsip etika jual beli Islam. Persaingan pedagang yang sesuai etika jual beli Islam meliputi jujur, tidak menjelekkan pedagang lain, bersikap longgar dan murah hati, adil, amanah, tidak lalai menjalankan perintah Allah Swt meskipun masih ada pedagang yang tidak jujur mengenai kualitas barang.

2. Siti Mina Kusnia, “Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”.

Hasil dari penelitian ini, pedagang di pasar Ngaliyan belum mengetahui etika bisnis Islam tetapi dalam berperilaku sudah sesuai aturan dagang Islam, seperti sholat, sedekah, ramah, bertanggung jawab, tidak mengurangi timbangan, jujur mengenai keadaan barang, tidak memaksakan kehendak pada pembeli dan memberi kebebasan pada penjual baru, tidak menjual barang-barang yang haram. Akan tetapi ada sebagian pedagang yang belum berperilaku sesuai etika bisnis Islam seperti melalaikan sholat, kurang ramah dengan pembeli, tidak jujur mengenai keadaan barang yang dijual.

3. Adi Wiranata, “Analisis Etika Persaingan Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Panorama Ditinjau dari Etika bisnis Islam” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika persaingan bisnis yang digunakan oleh pedagang pakaian muslim di pasar Panorama Bengkulu serta penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang pasar.

Hasil dari penelitian ialah, pertama persaingan bisnis yang ada berupa persaingan produk, harga, tempat dan pelayanan. Kedua, persaingan bisnis pedagang pakaian muslim di pasar Panorama Bengkulu belum sesuai etika bisnis Islam, masih ada penyimpangan terhadap etika bisnis Islam. Penyimpangan etika bisnis tersebut berupa pedagang masih ada yang menggunakan jimat keberuntungan, penipuan harga, pedagang tidak jujur terhadap spesifikasi produk, pelayan toko yang berpakaian tidak sesuai syariat Islam serta adanya pedagang yang berkata kasar pada pembeli.

4. Inna Sari, “Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha (Studi Pada Pasar Butung Makassar)”.

Hasil dari penelitian ini adalah etika bisnis merupakan bagian vital dalam persaingan usaha karena menjadi acuan yang diterapkan dalam system dan organisasi yang digunakan masyarakat untuk memproduksi dan mendistribusikan barang jasa. Penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang pasar Butung Makassar sebagian telah sesuai etika bisnis Islam, sebagian pedagang yang belum menerapkan etika bisnis Islam beralasan jika menerapkannya tidak akan mendapat keuntungan yang maksimal. Sedangkan persaingan usaha pedagang pasar Butung telah bersaing sehat dan jujur, mereka yakin bahwa Allah Swt telah mengatur bagian rejeki masing-masing, dalam perdagangan untung rugi adalah hal wajar dan bila terjadi kerugian adalah resiko yang harus ditanggung.

5. Novita Sa’adatul Hidayah, “Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam”.

Hasil dari penelitian tersebut adalah persaingan bisnis yang terjadi di pasar Ganefo meliputi persaingan harga, tempat, barang dagangan dan pelayanan. Selanjutnya persaingan bisnis sesuai etika bisnis Islam yang berprinsip pada tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggungjawaban, kebenaran, dan ihsan pedagang telah menerapkannya, bentuk penerapan seperti tidak menghalangi masuknya pendatang baru, seimbang dalam menakar timbangan, bertanggung jawab atas kerusakan barang dagangan, jujur menyampaikan keadaan barang, memberikan potongan harga secara cuma-cuma kepada pembeli yang membeli barang dalam jumlah banyak. Namun, masih ada sebagian kecil pedagang yang berbuat curang tidak sesuai etika bisnis Islam yaitu tidak seimbang dalam menakar timbangan.

**Tabel 1.1**  
**Table penelitian terdahulu**

No	Judul dan Nama Penyusun Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	ANALISIS PERSAINGAN USAHA PEDAGANG GROSIR PAKAIAN DI PASAR KAPASAN SURABAYA DALAM PERSPEKTIF ETIKA JUAL BELI ISLAM (Ita Hayati Febrianti, 2020)	Sama-sama membahas persaingan usaha/bisnis	Ita: penelitian ditinjau dari etika jual beli Islam, serta semua pedagang dijadikan objek penelitian  Peneliti: Penelitian ditinjau dalam perspektif etika bisnis Islam, serta hanya meneliti pedagang buah	Bentuk persaingan yang ada di pasar Kapsan berupa persaingan segi kualitas produk, harga, layanan dan layanan purna jual. Sedangkan dalam etika jual beli Islam, pedagang di pasar Kapsan belum maksimal menerapkan etika jual beli Islam

2.	<p>PERILAKU PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL NGALIYAN SEMARANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Siti Mina Kusnia, 2015)</p>	<p>Sama-sama ditinjau dari etika bisnis Islam</p>	<p>Siti: Membahas perilaku pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam Peneliti: Membahas persaingan usaha pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam</p>	<p>Walaupun pedagang di pasar Ngaliyan belum mengetahui etika bisnis Islam tetapi dalam berperilaku sudah sesuai aturan dagang Islam. Akan tetapi ada sebagian pedagang yang belum berperilaku sesuai etika bisnis Islam</p>
3.	<p>ANALISIS ETIKA PERSAINGAN BISNIS PEDAGANG MUSLIM DI PASAR PANORAMA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Adi Wiranata,</p>	<p>Sama-sama menganalisis etika persaingan bisnis ditinjau dari etika bisnis Islam</p>	<p>Adi Wiranata: Membahas etika persaingan pedagang Peneliti: Membahas bentuk persaingan usaha dalam perspektif</p>	<p>Persaingan mengenai produk, harga, tempat, pelayanan. Persaingan pada pedagang muslim di pasar Panorama Bengkulu belum sesuai dengan etika bisnis Islam karena masih terdapat penyimpangan-</p>

	2017)		etika bisnis Islam	penyimpangan terhadap etika bisnis Islam
4.	PENERAPAN ETIKA BISNIS BAGI PEDAGANG MUSLIM DALAM PERSAINGAN USAHA (Studi pada Pasar Butung Makassar) (Irna Sari, 2017)	Sama-sama meneliti persaingan usaha	Irna: Memfokuskan pada penerapan etika bisnis dalam persaingan usaha  Peneliti: Membahas persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam	Pedagang di pasar Butung makassar telah memahami etika bisnis Islam, namun hanya sebagian saja yang menjalankan. Dalam hal persaingan, pedagang pasar tidak terlalu mempedulikan persaingan usaha, karena mereka yakin rejeki telah diatur Allah SWT tetapi sebagian pedagang ada yang belum menerapkan etika bisnis Islam beralasan jika menerapkannya tidak akan mendapat keuntungan yang maksimal

5.	PERSAINGAN BISNIS PEDAGANG PASAR GANEFOMRANGGENDEMAK DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM (Novita Sa'adatul Hidayah, 2015)	Sama-sama meneliti persaingan usaha dalam tinjauan perspektif etika bisnis Islam	Novita: Objek penelitian yaitu semua pedagang pasar Peneliti: Objek penelitian hanya pedagang buah	Persaingan yang terjadi pada penelitian ini meliputi persaingan tempat, barang dagangan, pelayanan dan harga. Persaingan di pasar Ganefo sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Namun, masih ada sebagian kecil pedagang yang berbuat curang tidak sesuai etika bisnis Islam yaitu tidak seimbang dalam menakar timbangan.
----	---	--	---	---

Sumber: Data sekunder

### G. Sistematika Penulisan

Berikut sistematika penulisan:

Bab pertama, berisi latar belakang, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika penulisan.

Bab kedua, berisi teori hal-hal yang berkaitan dengan penelitian dan penelitian terdahulu.

Bab ketiga, berisi metode penelitian.

Bab keempat, memuat deskripsi pasar Manis Purwokerto serta hasil pengamatan dilapangan dan analisis persaingan pedagang buah pasar Manis dalam perspektif etika bisnis Islam.

Bab kelima, berisi kesimpulan yang merupakan jawaban atas pertanyaan dalam rumusan masalah dan saran yang dimaksudkan sebagai rekomendasi pengambilan keputusan pedagang buah pasar Manis.





## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil wawancara, dokumentasi dan observasi serta analisis dari skripsi penulis yang berjudul “Analisis Persaingan Usaha Pedagang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi kasus: Pedagang Buah Pasar Manis Purwokerto)”, maka penulis dapat menyimpulkan :

1. Persaingan Pedagang yang terjadi di Pasar Manis Purwokerto terdiri dari 4 Bentuk Persaingan yaitu :

a. Persaingan harga

Para pedagang dalam persaingan harga telah berlaku adil. Akan tetapi masih ada pedagang yang berlaku tidak jujur mengenai harga jual buah. Pedagang tersebut mengaku menyediakan buah dengan harga yang paling murah.

b. Persaingan produk

Dalam persaingan produk, pedagang buah selalu berusaha untuk berkata jujur mengenai kualitas produk yang dijual, serta tidak menyembunyikan kecacatan barang yang hendak dibeli atau mereka memilih menjual murah terhadap barang yang cacat atau bahkan memberikan barang tersebut secara cuma-cuma untuk kemanfaatan. Tetapi tidak semua pedagang buah berucap jujur mengenai spesifikasi barang yang dijual, terdapat pula pedagang yang menyembunyikan kecacatan barang dengan mengaku barang yang dijual memiliki kualitas baik.

c. Persaingan pelayanan

Pada dasarnya sebagian besar pedagang telah menerapkan 3 S (Senyum, Sapa, Salam) ketika melayani pembeli yang hendak membeli atau sekedar bertanya-tanya mengenai barang yang dijual, mengenai harga yang dijual, kualitas barang serta pertanyaan lainnya yang sekiranya menguji keramahan pedagang. Namun, masih

ditemukan pedagang yang kurang sabar dan ramah serta terkesan cuek terhadap pembeli dalam memberikan pelayanannya.

2. Berdasarkan analisis dilapangan persaingan yang terjadi di Pasar manis Purwokerto terkait persaingan harga, persaingan produk, dan persaingan pelayanan dalam tinjauan Etika Bisnis Islam tentang etika persaingan bisnis, sebagian pedagang buah sudah sesuai etika bisnis Islam tetapi sebagian lainnya masih menyimpang dari etika bisnis Islam.

## **B. Saran**

Dari hasil wawancara, dokumentasi dan observasi serta analisis dari skripsi penulis yang berjudul “Analisis Persaingan Usaha Pedagang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi kasus: Pedagang Buah Pasar Manis Purwokerto)”, maka penulis bermaksud memberikan masukan guna kemajuan pasar Manis Purwokerto ialah sebagai berikut :

### **1. Bagi Pedagang Buah Pasar Manis Purwokerto**

Agar tidak melakukan persaingan bisnis yang bertentangan dengan etika bisnis Islam, baik persaingan harga, persaingan produk, persaingan pelayanan dan persaingan layanan purna jual. Hal ini dimaksudkan untuk mendapat dua tujuan sekaligus, yang pertama tujuan akhirat dan selanjutnya keuntungan dunia. Mencari ridho-Nya adalah tujuan akhirat yang harus didapat untuk kehidupan akhirat dan keuntungan dunia adalah bekal kita menuju akhirat. Selalu menjadikan Al-Qur'an sebagai pedoman hidup agar senantiasa dalam jalan dan lindungan-Nya.

### **2. Bagi Peneliti Berikutnya**

Bagi penulis selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam serta mendetail agar memperoleh informasi yang lebih lengkap lagi tentang persaingan usaha, mengetahui factor-faktor persaingan usaha serta mengetahui bentuk-bentuk persaingan usaha yang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, Albi & Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Aprianto, Iwan, et al. 2020. *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arimawa, Putra Sian dan Feri Leasiwal. 2018. “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara”, dalam *Jurnal Pundi*, Vol. 02, No. 03.
- Dharmawan, Liliek. 2016. “Presiden Jokowi Resmikan Proyek Revitalisasi Pasar Manis Purwokerto”, diakses 27 Desember 2021 dari <https://m.mediaindonesia.com/nusantara/43839/presiden-jokowi-resmikan-proyek-revitalisasi-pasar-manis-purwokerto>, diakses pukul 17.00 WIB.
- Fatimah, ST. ”Analisis Praktek Tadlis Pada Masyarakat Kota Makassar (Studi Lapangan Pedagang Buah-Buahan Di Kota Makassar)”, dalam *Jurnal Ilmiah BONGAYA (Manajemen & Akuntansi)*, 2016, diakses 27 Desember 2021, pukul 13.00 WIB.
- Fauzi, Ahmad Sofwan. 2017.”Transaksi Jual Beli Terlarang; Ghisy Atau Tadlis Kualitas”, dalam *MIZAN: Journal Of Islamic Law*, Vol. 1, No. 2.
- Febriyanti, Ita Haryanti. 2020. “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian di Pasar Kapasan Surabaya Dalam Perspektif Etika Jual Beli Islam”. *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Habiburahman. 2017. “Strategi Promosi Pariwisata dalam Perspektif Ekonomi Islam”, dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol. 22, No. 2.
- Hakim, Lukmanul. 2017.”Distorsi Pasar Dalam Pandangan Ekonomi Islam”, dalam *Ekomadania : Journal Of Islamic Economic And Social*, Vol. 1, No. 1.
- Hasil wawancara dari Mas Sandi sebagai petugas distribusi UPTD Pasar Manis Purwokerto pada tanggal 2 November 2021.
- Hasil wawancara dari Bapak Tasirun sebagai pedagang buah pasar Manis Purwokerto
- Hasil wawancara dari Ibu Siti Hasanah sebagai pedagang buah pasar Manis Purwokerto

Hasil wawancara dari Ibu Atun sebagai pedagang buah pasar Manis Purwokerto

Hasil wawancara dari Ibu Umi sebagai pedagang buah pasar Manis Purwokerto

Hidayah, Novita Sa'adatul. 2015. "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam". *Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo.

Hosen Nadrattuzaman. 2009."Analisis Bentuk Gharar Dalam Transaksi Ekonomi", dalam *Al-Iqtisod*. Vol. 1, No. 1.

Hulaimi, Ahmad. 2017. "Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi", dalam *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*. Vol. 2, No.1.

Kusnia, Siti Mina. 2015. "Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam". *Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo.

Latif, Abdul. 2017. "Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam", dalam *Islamic Economic Journal*, Vol. 3, No. 2.

Lubis, Andi Fahmi, et al. 2017. *Hukum Persaingan Usaha Buku Teks*. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

Parakkasi, H. Idris dan Kamirudin. 2018. "Analisis Harga dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam", dalam *Laa Maysir*, Vol. 5, No. 2.

Rasyid, Shani. 2020. "Jawara Pasar Inovatif Se-Indonesia, Ini 5 Potret Pasar Manis Purwokerto," diakses 21 September 2021 dari <https://m.merdeka.com/jateng/jawara-pasar-inovatif-se-indonesia-ini-5-potret-pasar-manis-purwokerto.html?page1> , diakses pukul 22.00 WIB.

Republik Indonesia. 1999. Undang-undang Republik Indonesia no. 5 tahun 1999 tentang larangan Praktek Monopoli dan persaingan Usaha Tidak Sehat. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

Rosita, Ade Tati. 2021. "Pengaruh Faktor Modal, Lokasi Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Di Pasar Manis Purwokerto)". *Skripsi*. Purwokerto : UIN Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Sari, Irna. 2017. "Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha (Studi pada Pasar Butung Makassar)". *Skripsi*. Makassar: UIN Alauddin.

- S. Abidin, Handa. 2013. "Pengertian Tempat Usaha", diakses 25 Desember 2021 dari <https://penelitihukum.org/tag/pengertian-tempat-usaha/> , diakses pukul 13.05 WIB.
- Sumarwoto. 2019. "Pasar Manis yang Semakin 'Manis' dengan Diraihnya Penghargaan" diakses 21 September 2021 dari <https://www.google.com/amp/s/m.antaranews.com/amp/berita/810518/pasar-manis-yang-semakin-manis-dengan-diraihnya-penghargaan>, diakses pukul 22.00 WIB.
- SCP, D. Indrianti dan Arif Widiyatmoko. 2008. *Pasar Tradisional*. Semarang: Alprin.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Saifullah, Muhammad. 2011. "Etika Bisnis dalam Praktek Rasulullah", dalam *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 19, No. 01.
- Susanto, Iis, et al. 2019. "Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia Menurut Hukum Ekonomi Islam dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", dalam *Syar Iqtishadi Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, Vol. 3, No. 2.
- Suwandi, et al. 2016. "Pasar Islam (Kajian Al-Qurqn dan Sunah Rasulullah SAW)", dalam *Al-Risalah*, Vol. 16, No, 1.
- Syahrizal, Ahmad. 2018." Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", dalam *Jurnal Aktualita*, Vol. 9, No.1.
- Wiranata, Adi. 2017. "Analisis Etika Persaingan Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Panorama ditinjau dari Etika Bisnis Islam". *Skripsi*. Bengkulu: IAIN Bengkulu.

